

Spenden zwischen Gutes tun und Pflicht: eine Studie zum muslimischen Spendenverhalten in Deutschland

Hummel, Siri; Priller, Eckhard; Schrader, Malte; Strachwitz, Rupert Graf

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hummel, S., Priller, E., Schrader, M., & Strachwitz, R. G. (2020). *Spenden zwischen Gutes tun und Pflicht: eine Studie zum muslimischen Spendenverhalten in Deutschland*. (Opuscula, 139). Berlin: Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-68883-5>

Nutzungsbedingungen:

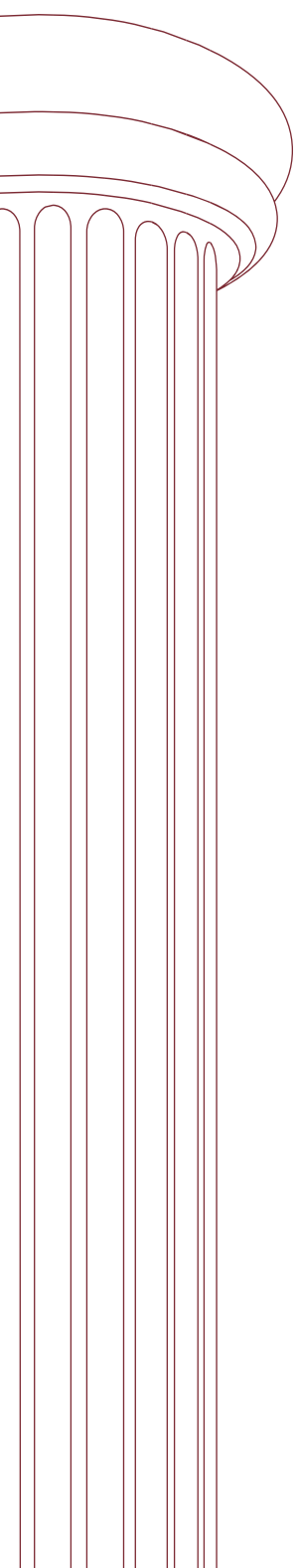
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>



Siri Hummel, Eckhard Priller, Malte Schrader und
Rupert Graf Strachwitz

Spenden zwischen Gutes tun und Pflicht

Eine Studie zum muslimischen Spendenverhalten in
Deutschland

Die Autoren

Dr. Siri Hummel ist Politik- und Kommunikationswissenschaftlerin. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Demokratie und Zivilgesellschaft, sowie Gleichstellung in der Zivilgesellschaft und Stiftungsforschung. Sie ist stv. Direktorin des Maecenata Instituts für Philanthropie und Zivilgesellschaft.

Dr. sc. Eckhard Priller ist Ökonom und Soziologe. Seine Forschungsfelder sind vor allem Dritter Sektor, Zivilgesellschaft, Zivilengagement und Spenden. Er ist Wissenschaftlicher Koordinator der Maecenata Stiftung.

Malte Schrader M.A. ist Soziologe und Religionswissenschaftler. Sein wissenschaftliches Interesse gilt vor allem der sozialwissenschaftlichen Religionsforschung mit den Schwerpunkten Religion und Gesellschaft sowie Migration, Pluralisierung und Religion in der Diaspora. Er ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft.

Dr. phil. Rupert Graf Strachwitz ist Politikwissenschaftler und Historiker und befasst sich seit mehr als 30 Jahren ehren- und hauptamtlich, beratend, forschend und lehrend mit der Zivilgesellschaft. Er leitet das Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft in Berlin



Diese Studie wurde erstellt mit finanzieller Unterstützung von Islamic Relief.

Das Maecenata Institut

Das **Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft, Berlin** wurde 1997 als unabhängige wissenschaftliche Einrichtung gegründet. Das Institut hat die Aufgabe, das Wissen über und das Verständnis für die Zivilgesellschaft und den sogenannten Dritten Sektor mit den Themenfeldern Bürgerschaftliches Engagement, Stiftungs- und Spendenwesen durch Forschung, akademische Lehre, Dokumentation und Information sowie den Austausch zwischen Wissenschaft, Politik und Praxis zu fördern. Das Institut versteht sich als unabhängiger Think Tank.

Das Institut ist eine nicht rechtsfähige Einrichtung der Maecenata Stiftung (München) und hat seinen Arbeitssitz in Berlin.

Weitere Informationen unter: www.institut.maecenata.eu

Die Reihe Opuscula

Die **Reihe Opuscula** wird seit 2000 vom Maecenata Institut herausgegeben. Veröffentlicht werden kleinere Untersuchungen und Forschungsarbeiten sowie Arbeitsberichte aus Projekten des Instituts. Die Registrierung dieser in elektronischer Form erscheinenden Reihe unter der ISSN 1868-1840, sowie die Vergabe von Einzelkennungen (URNs) durch die Deutsche Nationalbibliothek sorgen für volle Zitierfähigkeit. Durch die Kooperation mit dem Social Science Open Access Repository (SSOAR) Projekt ist eine dauerhafte Verfügbarkeit aller Ausgaben mit fester URL-Adresse sichergestellt. Eine Übersicht der neuesten Exemplare ist auf der letzten Seite jeder Ausgabe zu finden.

Die gesamte Reihe *Opuscula* finden Sie zum kostenlosen Download unter:

<http://www.opuscula.maecenata.eu>

Impressum

Herausgeber

MAECENATA Institut
Rungestraße 17, D- 10179 Berlin,
Tel: +49-30-28 38 79 09,
Fax: +49-30-28 38 79 10,

E-Mail: mi@maecenata.eu

Website: www.maecenata.eu

Redaktion: Marielena Witthöft

ISSN (Web) 1868-1840

URN: urn:nbn:de:0168-ssoar-68883-5



Alle Rechte vorbehalten! Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Dieses Werk bzw. Inhalt steht unter einer [Creative Commons 3.0 Deutschland Lizenz](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/).

Die Beiträge geben ausschließlich die Meinung der Verfasserin bzw. des Verfassers wieder.

Haftungsausschluss: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernimmt das Maecenata Institut keine Haftung für die Inhalte externer Links.

Für den Inhalt verlinkter Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Maecenata Institut, Berlin 2020

Zusammenfassung

SPENDENHÖHE DER BEFRAGTEN MUSLIME HÖHER ALS BEIM DURCHSCHNITT DER GESAMTBEVÖLKERUNG

Die Ergebnisse der Online-Befragung von Spendern der Nichtregierungsorganisation "Islam Relief" zeigen, dass die muslimischen Spenderinnen und Spender im Vergleich mehr als der Durchschnitt der nicht-muslimischen Mehrheitsgesellschaft spenden. Die befragten Muslime spenden durchschnittlich 452 Euro im Jahr. Es bestätigen sich in der hier

vorliegenden Studie die explorativen Umfrageergebnisse einer britischen Studie, die das Spendenverhalten von Muslimen in Großbritannien untersuchte und feststellte, dass Muslime ähnlich hohe und teilweise überdurchschnittlich hohe Beträge spenden als der Gesamtdurchschnitt der Briten.



452 EURO IM JAHR

war die durchschnittliche Spendenhöhe der befragten Muslime



FRAUEN SPENDEN MEHR

Frauen spenden mit durchschnittlich 526 Euro mehr als Männer mit 396 Euro im Jahr



ÄLTERE SPENDEN MEHR

Ältere Personen spendeten häufiger höhere Beträge als jüngere Personen

SOZIODEMOGRAPHISCHE MERKMALE UND SPENDENVERHALTEN

Darüber hinaus deckt sich das Spendenverhalten der muslimischen Islamic Relief Spenderinnen und Spender mit soziodemographischen Merkmalen anderer Spendergruppen in Deutschland. Die älteren Teilnehmenden spenden häufiger höhere Beträge als die Jüngeren. Die Spenderinnen und Spender mit höherem Einkommen spenden höhere Beträge als die Personen mit niedrigem Einkommen, wobei viele der Personen trotz geringerem Einkommen häufiger mittlere Beträge (101 bis 500 Euro) spenden als Kleinbeträge. Auch das Geschlecht spielt eine Rolle: Frauen spenden höhere Beträge und durchschnittlich häufiger als Männer.

Die Spendenbereiche und die Personengruppen, denen die Spenden zugutekommen, decken sich weitestgehend mit dem

Spendenverhalten aller Bürgerinnen und Bürger. In der Umfrage zeigt sich, dass in den Bereichen der Armenfürsorge sowie der humanitären Hilfe – dabei vor allem der Not- und Katastrophenhilfe – am meisten gespendet wird. Unterschiede werden hinsichtlich der Geflüchtetenhilfe sichtbar. Während nur 3% aller in Deutschland Lebenden für diesen Themenbereich spenden, sind es unter den Muslimen 12%. Hier liegt es nahe, dass eigene Fluchterfahrungen und Solidarität mit den häufig aus muslimisch geprägten Ländern stammenden Geflüchteten ein Grund dafür sind. Insgesamt kommen die Spenden hauptsächlich sozial schwachen Menschen, Kindern und Jugendlichen sowie kranken Menschen und Menschen mit Behinderung zugute.

RELIGIOSITÄT UND SPENDENVERHALTEN

Der im Durchschnitt höhere Spendenbeitrag ist bei den befragten Muslimen insbesondere in ihrer Religiosität begründet. Muslime, die den Islam strenger praktizieren spenden häufiger und mehr als Muslime, die sich ihrer Religion nicht so stark verbunden fühlen. Als wichtigstes Motiv des Spendens wird dementsprechend auch der religiöse Beweggrund angegeben, gefolgt vom Mitgefühl mit anderen Menschen.

Die religiöse Sozialabgabe *Zakāt* – 2,5% des jährlichen Kapitalvermögens eines Gläubigen – wird dabei von der überwiegenden Mehrheit der Befragten (90%) als religiöse Pflicht wahrgenommen. Lediglich 8% empfinden *Zakāt* als freiwillige Spende. Die Mehrheit der Befragten (40%) geben an, am häufigsten im Rahmen der *Sadaqa* (freiwillige Gabe) zu spenden.



RELIGIÖSE SPENDEN MEHR

Personen, die sich stärker mit ihrer Religion identifizieren und sich an den muslimischen Lehren orientieren spenden mehr als Personen, die weniger an religiösen Ritualen beteiligt sind und deren Identifikation mit dem Glauben geringer ist

SPENDERADRESSIERUNG

Über die glaubensbezogene Motivation hinaus ist eine gute religiöse Infrastruktur für das Spenden der Menschen förderlich. Vor allem Frauen geben an, am häufigsten in der Moschee bzw. durch den Imam auf Spendenprojekte aufmerksam gemacht zu werden. Aus der Sicht von gemeinnützigen Organisationen, dessen Ziel es ist Spenderinnen und Spender anzusprechen, ist es von Vorteil zu wissen: Sowohl die Ansprache in klassischen Formen – vor Ort und über Freunde und Bekannte –, als auch Formen des Online-Fundraisings sind mittlerweile erfolgreich. Für Spenderinnen und Spender, die nach Informationen suchen, sind die Homepages der Organisationen bzw. die der Spendenplattformen die primären Quellen. Vor allem Männer werden jedoch auch erfolgreich über die sozialen Medien angesprochen, was eine zielgruppenorientierte Ansprache in unterschiedlichen Kanälen plausibel macht.

Inhaltsverzeichnis

1. Theoretische Einführung.....	7
1.1. Zivilgesellschaft und Spenden	8
1.2. Muslimisches Leben und Zivilgesellschaft in Deutschland	13
1.3. Wohltätigkeit im Islam.....	19
1.4. Bisherige Datenlage zu Spenden in Deutschland.....	21
1.5. Der internationale Vergleich.....	26
2. Die Befragung von muslimischen Spendern	27
2.1. Aufbau und Methode der Studie.....	27
2.2. Die Umfrageergebnisse.....	28
2.2.1. Geld- und Sachspenden	28
2.2.2. Geschlecht und Spendenhöhe	29
2.2.3. Alter und Spendenhöhe.....	30
2.2.4. Staatsangehörigkeit, Immigrationsgenerationen und Spendenhöhe	30
2.2.5. Einkommen, Wohnort und Spendenhöhe.....	32
2.2.6. Sachspenden und Zeitspenden (Ehrenamt).....	33
2.2.7. Religion und Spendenhöhe.....	34
2.2.8. Spendenziele.....	40
2.2.9. Beweggründe und Motive des Spendens.....	42
2.2.10. Spendenformen	44
2.2.11. Wissenswertes für die Organisationskommunikation	46
2.3. Fazit	50

Verzeichnisse

1. Theoretische Einführung

Wie spenden Muslime in Deutschland? Bisher lagen kaum Erkenntnisse darüber vor, wann und wieviel Muslime in Deutschland spenden, welche Motive für sie wichtig sind und für wen und für welche Ziele sie spenden. Auch ist die Struktur der muslimisch organisierten Zivilgesellschaft in Deutschland, die stark auf diese Spenden angewiesen ist, nach wie vor wenig beforscht, und das obwohl Muslime einen wachsenden Teil der deutschen Gesellschaft darstellen. Diese Forschungslücke erklärt sich zum einen aus der Nichterhebung von Zensusdaten, die eine der wichtigsten quantitativen Datenquellen für die Spendenforschung ausmachen; sie kann aber auch an einem immer noch bestehenden Desinteresse gegenüber der islamischen Kultur in Deutschland liegen.

Die Datenlage zum Spendenverhalten von Muslimen in Deutschland ist dünn, obwohl das Prinzip der Wohltätigkeit im Islam tief verankert ist und einen wichtigen Pfeiler der innerweltlichen Ethik dieser Religion bildet. Wohltätigkeit wird im Islam vor allem mit den Begriffen *Zakāt*, der obligatorischen Armenabgabe, und der freiwillig entrichteten *Sadaqa* in Verbindung gebracht. Spenden haben für den Islam eine wichtige religiöse Komponente. Hinzu kommt, dass in Deutschland heute eine muslimische Mittelschicht mit hinreichendem Vermögen bzw. Einkommen existiert, um signifikante Geldspenden zu tätigen und die Zivilgesellschaft in Deutschland zu stützen.

Insofern sind Informationen über das Spendenvolumen und präferierte Spendenzwecke sowie zu Leitmotiven des Gebens der muslimischen Bürgerinnen und Bürger in Deutschland auch unter diesen sozialstrukturellen Faktoren interessant.

Das Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft hat mit Unterstützung von Islamic Relief Deutschland e.V. eine Befragung muslimischer Spenderinnen und Spender in Deutschland durchgeführt.

Als *Caveat* ist zu beachten, dass die Stichprobe aus einer Datenbank von aktiven Spenderinnen und Spendern gezogen wurde. Während bspw. der Freiwilligen-Survey eine Stichprobe der in Deutschland lebenden Personen verwendet, wurden in dieser Studie explizit Spenderinnen und Spender zu ihrem Spendenverhalten befragt. Die Ergebnisse betrachten folglich nur aktive muslimische Spenderinnen und Spender und nicht die muslimische Gesamtbevölkerung in Deutschland. Insofern können keine Angaben bereitgestellt werden, zu welchen Anteilen die muslimischen Bürgerinnen und Bürger spenden (Spenderquote). Der Schwerpunkt der Aussagen liegt vielmehr auf der Art des Spendens, den Beweggründen des Spendens, sowie dem Umfang der Spenden und den Spendenzwecken.

Um die Ergebnisse besser einzuordnen, liefert der Bericht neben den Umfragedaten außerdem einen Überblick über die philanthropischen und zivilgesellschaftlichen muslimischen

Strukturen in Deutschland. Damit wird auf Potenziale sowie Herausforderungen hingewiesen und aufgezeigt, dass sie ein wichtiger Teil der Zivilgesellschaft in Deutschland sind.

1.1. Zivilgesellschaft und Spenden

Warum spenden Menschen – und wie? Der historische Blick zurück lässt erkennen, dass die Spende - man könnte auch sagen die Gabe - eine quasi-anthropologische Konstante ist. Das heißt, spenden ist menschlich und begleitet uns seit jeher (vgl. Adloff et al. 2010). Aber was ist eine Spende und warum spenden Menschen für bestimmte Dinge? Inwiefern fügt sich dieses Verhalten in die wohlfahrtstaatliche Grundstruktur ein?

Rein rechtlich ist eine Spende nach deutschem Steuerrecht eine Gabe, die freiwillig und unentgeltlich geleistet und ausschließlich und unmittelbar für kirchliche, gemeinnützige oder mildtätige Zwecke verwendet wird (§ 52 Abs. 1 AO).

Diese Spendendefinition dient im Wesentlichen dazu, Spenden im Rahmen der steuerlichen Abzugsfähigkeit von anderen Zuwendungsformen abzugrenzen und unterschlägt dadurch einige wichtige Distinktionsmerkmale (vgl. West 2011a: 10). Eine Erweiterung des Spendenbegriffs bieten Priller und Sommerfeld (2005). Sie definieren Spenden „ganz allgemein als Transfer von Geld [Geldspenden], Sachen [Sachspenden] und Leistungen [Zeitspenden] für gemeinwohlorientierte Zwecke. Sie zeichnen sich besonders durch den Aspekt der Freiwilligkeit und der nicht äquivalenten materiellen Gegenleistung aus“ (Priller, Sommerfeld 2005: 8). Oftmals werden diese Spenden nicht mehr direkt an Bedürftige gegeben, sondern von gemeinnützigen, mildtätigen oder religiösen Organisationen gesammelt und für spezielle Hilfsaktionen zur Unterstützung von Bedürftigen, zur Lösung von aktuellen Problemen oder zur Realisierung von speziellen Projekten eingesetzt (vgl. Priller, Sommerfeld 2005: 26). Auch Strachwitz und Sprengel (2006) plädieren für einen erweiterten Spendenbegriff. Dieser unterscheidet zwischen Zeitspenden, einfachen Geldspenden, Stiftungen, Mitgliedsbeiträgen, Erbschaften, Unternehmensspenden sowie Sponsoring (vgl. Sprengel, Strachwitz 2006: 20). Diese Definition hat u.a. den Vorteil, dass eine Operationalisierung des Spendenbegriffs für die fachliche Diskussion besser ermöglicht wird (vgl. C. West 2011a: 12). Nicht zu vernachlässigen ist außerdem, dass Spenden nicht nur monetarisierbare Elemente, sondern auch ideelle Zuwendungen beinhalten können, bspw. Empathie, Kreativität, Know-How und Reputation (vgl. Strachwitz 2015: 83).

Die individuellen Spendenmotive und das Spendenverhalten von Spenderinnen und Spendern sind unterschiedlich gelagert und variieren. Zumeist lassen sie sich erst vor dem Hintergrund biographischer Ereignisse und Erfahrungen erklären und verändern sich auch im Verlauf eines Lebens oder je nach Spendenziel (vgl. West 2011b: 1). Beim Spendenhandeln kann von einem Motivbündel ausgegangen werden, dass sich aus verschiedenen Bestandteilen

zusammensetzt und in den jeweiligen biographischen Kontext eingebettet ist (vgl. West 2011b: 1.). Regeln, Normen und Werte sowie persönliche Erfahrungen und Vorzüge spielen hier wichtige, sich ergänzende Rollen (vgl. Lindner 2006: 101ff.).

Sozialtheoretisch lassen sich altruistische, instrumentelle sowie moralisch-obligatorische oder gestaltungsorientierte Motiven unterscheiden. In Abgrenzung zu rein altruistischen Motivvermutungen und der Annahme, dass Spenden auch ohne Gegenleistungen getätigt werden können, gehen ökonomische Theorien wie die Rational Choice Theory (RC) von einem nutzenmaximierenden Menschenbild des *homo oeconomicus* aus (vgl. Svec 2012: 5). Dieser ist durch seine Zweckrationalität gekennzeichnet und erwartet eine Gegenleistung für seine Taten. Nach strenger Auslegung dieser Theorie gilt Spenden demnach als nicht-rational, da es ökonomisch keinen Sinn ergibt, zu spenden und etwas auszugeben, ohne eine Einnahme oder Leistung dadurch zu erhalten. Dennoch liefern Spielarten der RC-Theorien nützliche Ansätze, Spendenverhalten zu erklären, etwa in dem sie „quasi-empirisch behaupte[n], dass die Hilfe für andere dem Geber psychologische Belohnungen (rewards) verschafft, oder es wird – rein formal – der Nutzen des Dritten in die eigenen Nutzenfunktion integriert. Altruistisches (Spenden-)Verhalten wäre dann Teil der eigenen „Nutzenfunktion“ (Adloff, Sigmund 2005: 215). So stellte bereits die amerikanische Soziologin Francie Ostrower (1995) fest, dass in den USA die Philanthropie und das Elitendenken eng miteinander verknüpft sind, und die Führungsposten in sozialen Organisationen primär dazu dienen, Kontakte zu sammeln und einen Statusgewinn zu erzielen (vgl. West 2011a: 28).

Eine Verbindung von egoistischen und altruistischen Motiven im Spendenakt lässt sich gut mit dem Bild der interaktionistischen Gabe verstehen (vgl. Mauss 1923; vgl. Polanyi 1957; vgl. Sahlin 1994). Im Zuge dieser Diskussion von „Gegenseitigkeit“ und „Bezüglichkeit auf den Anderen“ erhielt der Reziprozitätsbegriff in der Spendenforschung ein Revival (vgl. West 2011a: 25; vgl. Strachwitz 2010: 2). Interaktionistische Ansätze wie die der Reziprozität verstehen eine Gabe oft als symbolisches Instrument der Kommunikation mit beziehungsstiftender Funktion (vgl. Lindner 2006: 111). Der Austauschprozess konstituiert soziale Beziehungen und schafft eine gegenseitige Bezüglichkeit. Wegen der sozialen Angewiesenheit auf Kooperationen in Gemeinschaften bedarf es der Akte des Gebens und des Helfens, die positiv beantwortet werden. Durch sie entsteht eine Reziprozitätsverpflichtung, wenngleich sie in der Regel hierarchisch organisiert sind und vertikal von oben nach unten wirken. Es wird denen geholfen, die schlechter gestellt sind, um so eine Veränderung ihrer sozialen Lage zu bewirken. Andererseits wird der Spenderin oder dem Spender (anonym) Dankbarkeit entgegengebracht und/oder ein Heilsversprechen im Jenseits vermittelt. Undankbares bzw. nicht-reziprokes Verhalten wird mit der Beendigung von Kooperation sanktioniert (vgl. Adloff 2010: 44). Gleichwohl ist verändernd hinzugekommen, dass in modernen westlichen Gesellschaften

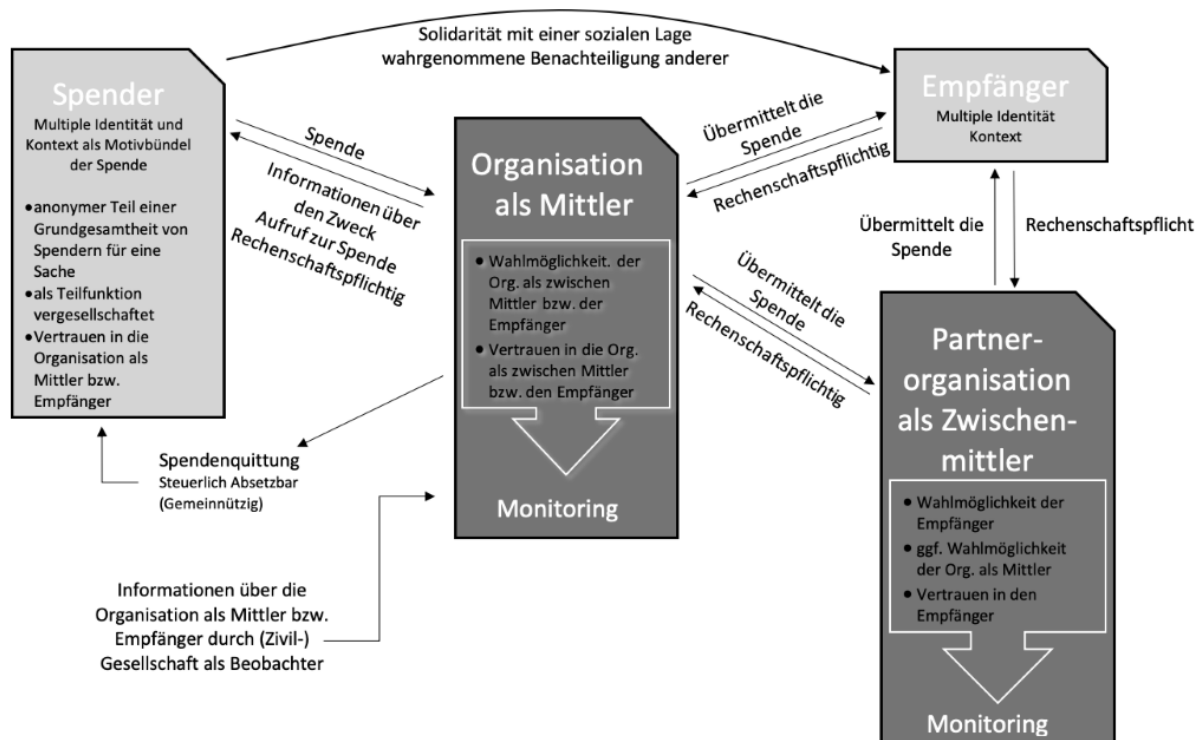
räumliche Nähe weniger wichtig geworden ist. Durch die klassischen, ebenso wie die sozialen Medien werden heute auch geographisch entfernte Räume, als sozial nah erfahrbar und damit zu Zielen von Spenden, insbesondere bei menschlichem Leid infolge von Hungersnöten oder Naturkatastrophen.

Zudem wird partiell ein Wandel von pflichtbezogenen zu stärker selbstbezogenen Motiven postuliert (vgl. Enquete-Kommission 2002: 144). Strachwitz (2010) stellt diesbezüglich fest, dass hier eine universell religiös bestimmte Motivierung einem säkular-offenen Motivmix gewichen ist, in dem sich religiöse und humanistische Motive mischen können. Normen wie die Unauffälligkeit des Spendenvorganges sind einer beabsichtigten Auffälligkeit gewichen. Der Leitsatz „Tue Gutes, aber rede nicht darüber!“ hat sich zu einem weithin propagierten „Tue Gutes und rede darüber!“ verändert (vgl. Strachwitz 2010: 1f.).

Die Zivilgesellschaft stellt mit ihren gemeinnützigen Organisationen eine institutionalisierte und formale Spendenstruktur bereit, die eine indirekte Spende ermöglicht (Abbildung 1). Bei der indirekten Spende dient die Organisation als Mittler, und das Modell differenziert zwischen Empfängerin/Empfänger der Spende (Treuhänderin/Treuhänder) und der/dem Begünstigten (Bedürftigen). Während die Motive der Spende (Solidarität mit einer sozialen Lage, usw.) die gleichen bleiben, haben die Spenderinnen und Spender in der Regel keinen direkten Kontakt zu den Empfängerinnen und Empfängern, sondern spenden für ein spezifisches Thema der Organisation und eine unbestimmte Gruppe von Bedürftigen.

Diese Mittlerstruktur beinhaltet besondere Herausforderungen in Bezug auf die Vertrauensbildung. Spenderinnen und Spender müssen zum einen Vertrauen in die Rechtschaffenheit der Organisation selbst haben, zum anderen aber auch in deren Fähigkeit zum Monitoring der Bedürftigkeit, also dem Wissen, wann und wo die gespendete Gabe am besten eingesetzt wird. Mittlerorganisationen werden von der (Zivil-)Gesellschaft beobachtet, sodass sich die Spendenden über vorhandene Informationen durch Dritte ein Bild der Organisation machen können. Dies setzt jedoch wiederum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit dieser Informationen voraus. Jahres- und Finanzberichte dienen hierbei der Rechenschaftspflicht und Transparenz. Die Organisation übergibt die Spende dann entweder direkt an der Empfängerin/dem Empfänger oder arbeitet mit weiteren Partnerorganisationen als Zwischenmittler zusammen. Abhängig von dem zuvor angegebenen Spendenzweck oder -thema hat die Organisation oft, aber nicht immer, die freie Wahlmöglichkeit, an wen die Spende übermittelt bzw. mit wem zusammengearbeitet wird. Die Entscheidung hierüber liegt stets bei der Spenderin/dem Spender. Die hier geschilderte Mittlerfunktion gehört im Übrigen zu den wesentlichen Aufgaben der organisierten Zivilgesellschaft.

Abbildung 1: Indirekte Spende. Spender, Empfänger und Mittler in der Spendeninteraktion



Quelle: eigene Darstellung, aus Schrader 2020

Die organisierte Zivilgesellschaft; die Summe aller Vereine, Stiftungen und anderen verfassten gemeinwohlorientierten kollektiven Akteure; ist als Sektor von großer wirtschaftlicher Bedeutung – sie beschäftigt bspw. in Deutschland rund 9% aller Erwerbstätigen (vgl. Datenreport 2018 Destatis, WZB. Zum Vergleich: Landwirtschaft: 1,3%). Die Zivilgesellschaft ist sehr heterogen strukturiert und ihre Organisationen unterscheiden sich häufig in Größe, Rechtsform und Tätigkeitsfeld. Traditionell hat in Deutschland der Bereich der freien Wohlfahrtspflege, deren Organisationen vor allem im Sozial- und Gesundheitswesen agieren, mit seinen zahlreichen Einrichtungen und den mitgliedsstarken Spitzenverbänden (Caritas, Diakonie, DRK, Paritätischer Wohlfahrtsverband, AWO) einen besonders großen Anteil an der organisierten Zivilgesellschaft. Dagegen finden sich im gemeinnützigen Bereich des Sports die meisten Vereine in Deutschland, mit etwa 22,6% (vgl. Priemer et al. 2019: 17).

Rund 600.000 eingetragene Vereine (e.V.) bilden die am häufigsten genutzte Rechtsform in Deutschland (vgl. Bundesamt für Justiz 2020). Die Präferenz für die Rechtsform des Vereins liegt vor allem daran, dass ein e.V. verhältnismäßig leicht zu gründen und mit relativ geringen rechtlichen Auflagen verbunden ist. Das Recht, einen Verein zu gründen, bildet darüber hinaus ein von der Verfassung garantiertes Grundrecht (Art. 9 Abs. 1 GG). Eine seit rund 20 Jahren stark wachsende Organisationsform ist die Stiftung. Ende 2019 bestanden 23.230 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts. Darüber hinaus gibt es in der Zivilgesellschaft zahlreiche weitere Rechtsformen, bspw. nicht eingetragene Vereine, nicht rechtsfähige (Treuhand-)

Stiftungen, altrechtliche Vereine, gemeinnützige Kapitalgesellschaften (bspw. GmbH, Aktiengesellschaften, UG haftungsbeschränkt) sowie gemeinnützige Genossenschaften (vgl. Strachwitz et al. 2020: 203 ff.).

Die Finanzierungsstruktur der Zivilgesellschaft setzt sich, neben der Ressource des ehrenamtlichen Engagements¹, in erster Linie aus Leistungsentgelten, Subventionen, Mitgliedsbeiträgen und Spenden zusammen. Obwohl Spenden insgesamt für die Finanzierung der deutschen Zivilgesellschaft nur eine untergeordnete Bedeutung haben, bilden sie ein Alleinstellungsmerkmal der Zivilgesellschaft, das erst in jüngster Zeit und auch jetzt nur in kleinem Umfang durch das sog. *Crowdfunding* in Frage gestellt wird, das auch für gewerbliche Projekte, bspw. im Kulturbereich zur Anwendung kommt. Für die Finanzierung vieler Organisationen hat die Steuerbegünstigung, landläufig Gemeinnützigkeit genannt, eine große Bedeutung, die über das steuerliche Element im engen Sinn weit hinausgeht. Sie bildet auch die Voraussetzung dafür, dass Zuwendungen an eine zivilgesellschaftliche Organisation, die den Tatbestand der Spende erfüllen, beim Spender die Steuerlast mindern können.

Eine grundlegende Reform des Gemeinnützigkeitsrechts (§§ 52 ff. AO) wird zurzeit diskutiert. Sie wird aller Voraussicht nach nichts daran ändern, dass die Steuerbefreiung mit allen positiven Konsequenzen für Spenderinnen und Spender nur Körperschaften gewährt wird (nicht aber Privatpersonen) und nur dann, wenn diese in Deutschland ihren Sitz haben und von einem deutschen Finanzamt als „steuerbegünstigt“ anerkannt worden sind. Dies wiederum ist davon abhängig, ob die Körperschaft Ziele verfolgt, die ausdrücklich als steuerbegünstigt bezeichnet sind. Hierzu zählen (nach § 51 Abs. 1 AO)

- mildtätige Ziele, d.h. die Unterstützung von bedürftigen Personen;
- kirchliche Ziele (ob damit auch islamische Religionsgemeinschaften, bspw. Moscheegemeinden erfasst sind, ist noch politisch und juristisch umstritten);
- gemeinnützige Ziele, die in § 52 Abs. 2 aufgelistet sind.

Neben einer Reihe von anderen Zielen, bspw. der Förderung der Kultur, der Wissenschaft oder des Wohlfahrtswesens, sind für das Spendenverhalten von Muslimen in Deutschland insbesondere die Förderung der Religion, unzweifelhaft auch des Islam (§ 52 Abs. 2 Nr. 2 AO) sowie die Förderung der Völkerverständigung (§ 52 Abs. 2 Nr. 13 AO) von Interesse, wenn muslimische Vereine neben ihrer religiösen Versorgungsfunktion auch als Kultur- und Heimatzentren fungieren. Die Förderung von Zielen im Ausland durch eine deutsche steuerbegünstigte Körperschaft ist grundsätzlich möglich, aber an zahlreiche Auflagen geknüpft.

¹ Wir benutzen synonym sowohl den Begriff des ehrenamtlichen Engagements als auch den des bürgerschaftlichen Engagements.

Das Verhältnis zwischen Religionsgemeinschaften und Staat ist in Deutschland im Übrigen außerordentlich kompliziert und wird oft als „hinkende Trennung von Kirche und Staat“ bezeichnet (vgl. Stutz 1926: 54). Zwar besteht seit dem Inkrafttreten der Reichsverfassung von 1919 (der sog. Weimarer Reichsverfassung) keine Staatsreligion mehr, und das Grundgesetz garantiert Religionsfreiheit (Art. 3 Abs. 3 GG); jedoch bestehen seit 1919 zwischen den bestehenden christlichen Religionsgemeinschaften zahlreiche historisch gewachsene Bindungen, die ein neutrales Verständnis des Staates für nicht-christliche Religionsgemeinschaften erschweren. Dies zeigt sich sehr prägnant in dem (zum Teil bereits vor 1919 bestehenden) Sonderstatus der christlichen Religionsgemeinschaften und jüdischen Synagogengemeinden als Körperschaften öffentlichen Rechts *sui generis*, der ihnen u.a. die Möglichkeit eröffnet, über die staatlichen Strukturen Steuern einzutreiben, andererseits aber „ihre inneren Angelegenheiten“, etwa ihr Stiftungswesen, autonom zu regeln. Da der Islam keine hierarchisch organisierten Strukturen kennt, die mit den christlichen Kirchen vergleichbar wären (vgl. Ceylan, Kieffer 2016: 4f.), hat sich die verfassungsrechtlich gebotene Gleichstellung der islamischen religiösen Gemeinschaften in der Praxis als schwierig erwiesen. Den Status der Körperschaft des öffentlichen Rechts erhielten bisher nur die muslimischen Organisationen Ahmadiyya Muslim Jamaat in Hessen und Hamburg. Dies hat vordergründig erhebliche Auswirkungen auf die Finanzierungsstruktur der islamischen Gemeinschaften. Der Status als Spendenempfänger mit allen steuerlichen Konsequenzen für Spenderinnen und Spender und Empfängerinnen und Empfänger ist jedoch davon nicht berührt.

Ob gesellschaftstheoretisch der Status einer Körperschaft des öffentlichen Rechts mit allen daran geknüpften Bindungen an den Staat für eine Religionsgemeinschaft im 21. Jahrhundert noch erstrebenswert ist, ist eine ganz andere Frage. Die Frage der Eintreibung von Steuern könnte ebenso, wie andere gemeinhin, aber nicht notwendigerweise damit verknüpften Fragen auch anders gelöst werden (vgl. Strachwitz 2019).

1.2. Muslimisches Leben und Zivilgesellschaft in Deutschland

Die Geschichte des Islam in Deutschland reicht bis in die Herrschaftszeit Kaiser Karls des Großen im 8./9. Jhdt. zurück (vgl. Hamdan 2011: 8 ff.). Durch Handelsbeziehungen zwischen christlichen und muslimischen Herrschern gelangten Muslime vornehmlich als Diplomaten oder Kaufleute in Regionen, die heute zu Deutschland zählen. In Folge der Kreuzzüge (11. - 13. Jhdt.) kamen Kriegsgefangene dazu. Die ersten muslimischen Gemeinden in Preußen etablierten sich zu Zeiten König Friedrich II. (regierte 1740-1786). Doch erst nach dem 1. Weltkrieg begannen sich Muslime verstärkt in Deutschland, insbesondere in Berlin, anzusiedeln. Zu dieser Zeit wurde die Zahl der Muslime auf etwa 1.800 geschätzt. Die Siedler galten als überwiegend gut situierte Studierende, Akademiker, Kaufleute oder Diplomaten, die verschiedenen islamisch geprägten Ländern entstammten (vgl. ebd.; vgl. Höpp 1997).

Mit der Anwerbung von Gastarbeiterinnen und Gastarbeiter aus dem Ausland während der 1960er Jahre stieg die Anzahl der Muslime in Westdeutschland schnell an. Ab ca. 1960 kam es mit der Türkei (1961), Marokko (1963) und Tunesien (1965) zu ersten Abkommen mit Ländern mit mehrheitlich muslimischer Bevölkerung. Zudem gelangen aus dem damaligen Jugoslawien (ab 1968) zahlreiche muslimische Arbeitsmigrantinnen und Arbeitsmigranten in die Bundesrepublik (vgl. Oltmer et al. 2012: 10f.). Vor allem die Zahl der türkischen Gastarbeiterinnen und Gastarbeiter in Deutschland stieg rasant an. Lebten zu Beginn der Anwerbung 1961 etwa 8.700 Türkinnen und Türken in Deutschland, waren es 1974 bereits über eine Million (vgl. Heimbach 2001: 21). Auch der Anwerbestopp 1973 änderte nichts an dem weiteren Anstieg, da mittlerweile die Familienzusammenführung möglich war, Ehepartnerinnen und Ehepartner und Familienangehörige nachgeholt wurden und die Zugewanderten in Deutschland Kinder zur Welt brachten.

Mit der Verlagerung des familiären Lebensmittelpunkts wurde auch die Religionsausübung vor Ort dringlicher; es wurden muslimische Organisationen zur Vermittlung kultureller und religiöser Werte in Deutschland geschaffen (vgl. Lemmen 2017: 313; vgl. Speer 2017: 133). Als die Bundesregierung 1983/84 in Form des Rückkehrförderungsgesetz versuchte, die Gastarbeiterinnen und Gastarbeiter wieder in ihre Herkunftsländer zurückzuführen, wurde sichtbar, dass viele von ihnen mittlerweile einen unbefristeten Aufenthalt bevorzugten und sich dafür entschieden, in Deutschland zu bleiben. Der Wunsch, in die ursprüngliche Heimat zurückzukehren war verblasst, und viele Muslime nahmen in den 1990er Jahren die deutsche Staatsbürgerschaft an (vgl. Heimbach 2001: 74). Mittlerweile leben viele Muslime bereits in der dritten und vierten Immigrationsgeneration in Deutschland. Sie sind in Deutschland geboren, aufgewachsen und Teil der deutschen Gesellschaft geworden (vgl. El-Wereny 2017: 226 f.; vgl. Halm, Sauer 2015). Fast die Hälfte von ihnen hat die deutsche Staatsbürgerschaft und teilt, wie der Religionsmonitor der Bertelsmann Stiftung feststellt, in Einstellungen und Sichtweisen die Grundwerte der nicht-muslimischen Mehrheitsgesellschaft (vgl. Pollack, Müller 2013).

Der muslimisch organisierte Teil der Zivilgesellschaft in Deutschland ist mittlerweile vielfältig und in unterschiedlichsten Bereichen aktiv. Die meisten zivilgesellschaftlichen Organisationen sind als gemeinnützige Vereine organisiert und arbeiten in Bereichen wie der Kinder- und Jugendbildung, Sozial-, Erziehungs- oder Gesundheitsberatung ebenso wie in unmittelbar mit der Religionsausübung zusammenhängenden Bereichen. Nach wie vor spielt die Gemeinschaftsbildung als Funktion dieser Organisationen eine nicht zu unterschätzende Rolle (Strachwitz et al. 2020: 180).

Wie sich zeigt, leidet die muslimisch organisierte Zivilgesellschaft trotz ihrer vielfältigen Aufstellung vor allem noch an der fehlenden finanziellen Infrastruktur, wie sie beispielsweise den christlichen Kirchen in Deutschland zur Verfügung stehen. Wegen der Vielfältigkeit des Islam

in Deutschland fehlt der Gemeinschaft der Muslime zudem eine Instanz, die für die Gesamtheit der Muslime in Deutschland sprechfähig ist und den Anspruch erheben kann, diese zu vertreten. Das Beispiel Österreichs, wo der Islam seit 1912 eine „anerkannte Religionsgemeinschaft“ darstellt, zeigt, dass diese Heterogenität für praktische Zwecke überwindbar ist. In der Islamischen Glaubensgemeinschaft in Österreich (IGGiÖ), die von ihrem Präsidenten gegenüber Dritten vertreten wird, sind alle in Österreich lebenden Muslime vereint (vgl. Bauer 2016: 16). Für Deutschland ist das Fehlen eines Dachverbands, der ähnlich wie die großen christlichen Kirchen oder kirchlichen Wohlfahrtsverbände gegenüber Dritten auftreten könnte, zu konstatieren.

Aktuell liegen keine genauen Zahlen darüber vor, wie viele Muslime in Deutschland leben. Das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (Stand 2015), schätzt deren Zahl auf 4,4 bis 4,7 Millionen. Dies entspricht einem Bevölkerungsanteil von zwischen 5,4% und 5,7% (vgl. Stichs 2016: 29). Im Zusammenhang mit der hohen Zuwanderung von Geflüchteten nach 2015, welche überwiegend aus muslimisch geprägten Herkunftsländern stammen und nur teilweise in die Erhebung des Bundesamtes eingeflossen sind, müssen die Zahlen jedoch nach oben korrigiert werden, sodass davon ausgegangen werden kann, dass zum heutigen Zeitpunkt rund 5 Millionen Muslime in Deutschland leben. Diese Gemeinschaft ist jedoch alles andere als homogen, da das muslimische Leben in Deutschland in Bezug auf Glaubensrichtungen, Religiosität, religiöse Praxis und Herkunft sehr vielfältig ist. Auch hier ist die Datenlage allerdings schlecht und nicht auf dem aktuellen Stand. Ausgehend von der ursprünglichen Herkunftsregionen folgte die repräsentative Untersuchung ‚Muslimisches Leben in Deutschland‘ (2009), dass mit 74% die Sunniten die größte konfessionelle Gruppe unter den Muslimen bilden. Ihnen folgen die Aleviten, die wie aus der Studie hervorgeht sich selbst mehrheitlich als Muslime verstehen, mit 13% und die Schiiten mit 7%, sowie einige kleinere Glaubensströmungen wie Alawiten, Ahmadiyya, unterschiedliche Sufi-Gemeinschaften und andere (vgl. BAMF et al. 2008:13 f.; vgl. Mediendienst Integration 2019: 84 f.). Rund ein Fünftel dieser Muslime werden dabei jedoch als sogenannte ‚Kulturmuslime‘ verstanden (vgl. REMID e.V. 2014/2019), in deren Leben der Islam keine besondere Rolle spielt. Sie gehören keiner religiösen Organisation an, glauben sowie beten nicht (regelmäßig) und besuchen keine Moscheen (vgl. Bundesministerium des Innern für Bau und Heimat 2018).

Waren die ersten türkischen Gastarbeiter zunächst überwiegend gewerkschaftlich und politisch organisiert, änderte sich dies mit der ständigen Ansiedlung und dem Entstehen einer entsprechenden Infrastruktur dahingehend, dass sich eine religiös fundierte Organisiertheit entwickelte. Nachdem bereits 1922 der erste muslimische Verein gegründet worden war (vgl. Lemmen 2017: 310), entstanden insbesondere im Zuge der Gastarbeitermigration selbstorganisierte örtliche Moscheegemeinden zur gemeinsamen Religionsausübung, die aufgrund der

finanziellen Einschränkungen häufig ihre Räumlichkeiten in Wohnungen oder Fabrikhallen hatten und als Hinterhofmoscheen bekannt wurden.

Die heute rund 2.500 Moscheegemeinden (vgl. Ceylan, Kiefer 2016: 5) in Deutschland sind überwiegend in der Rechtsform des eingetragenen Vereins nach bürgerlichem Recht verfasst und mehrheitlich von den Finanzämtern als gemeinnützigen Zwecken dienend anerkannt (vgl. Lemmen 2017: 313; vgl. Mediendienst Integration 2018: 3). Zumeist sind sie an den religiösen Strömungen und Institutionen der Ursprungsländer ihrer Mitglieder orientiert und organisieren sich entlang sprachlicher, ethnischer oder nationaler Linien. Neben ihrer Moschee-Funktion dienen sie auch als Stätten der Kultur- und Heimatpflege. Ausnahmen bilden muslimische Vereine, die sich an bestimmte Zielgruppen richten oder die sich für besondere Anliegen, wie etwa Bildung oder Seelsorge einsetzen. In diesen Vereinen sind die Mitglieder normalerweise in Bezug auf Nationalität und Sprache heterogen zusammengesetzt. Während das Pflichtgebet in deutschen Moscheen in der Regel in arabischer Sprache gesprochen wird, orientieren sich die Imame ansonsten an der Sprache ihrer Zuhörerschaft (vgl. Lemmen 2017: 316 ff.).

Die zweite, typische zivilgesellschaftliche Organisationsform der Stiftungen, ist bisher im Vergleich zum Vereinswesen in der hiesigen muslimischen Gemeinschaftsstruktur kaum verbreitet. Während die *Waqf* in muslimisch geprägten Ländern ein bedeutendes Element des sozialen Lebens darstellen und in der islamischen Geschichte eine große Rolle spielen, sind Stiftungen unter Muslimen in Deutschland kaum etabliert, obwohl das deutsche Stiftungsrecht grundsätzlich mit dem islamischen Konzept von *waqf* kompatibel erscheint. Diese Kompatibilität genauer auszuleuchten und Muslimen die Errichtung von Stiftungen nach deutschem Stiftungsrecht, die zugleich dem islamischen *waqf* entsprechen, erscheint eine lohnende Aufgabe, nicht zuletzt, um die besonderen philanthropischen Chancen, die sich aus dem „finalen Spenden“ ergeben, nutzen zu können (vgl. Sprengel, Strachwitz 2006: 97).

Um die eigenen Positionen stärken zu können, zeichnete sich in den 1980er Jahren die Notwendigkeit der Abstimmung zwischen den einzelnen muslimischen Organisationen ab. "Besonders die Kommunikation und Kooperation mit dem Staat erforderte die Herausbildung entsprechender Strukturen" (ebd.: 319). Um die muslimischen Interessen gegenüber den Bundes- und Landesinstitutionen zu vertreten, entstanden Bundesverbände, sodass die meisten Moscheevereine heutzutage in der Regel einem bundes- oder europaweit tätigen Dachverband angehören. Zu den größten und einflussreichsten Dachverbänden gehören

- die Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion (DİTİB) mit 909 Moscheegemeinden (vgl. DİTİB 2020),
- der Islamrat für die Bundesrepublik Deutschland (IRD), mit 400 Moscheegemeinden (vgl. IRD 2020),
- die Islamische Gemeinschaft der schiitischen Gemeinden in Deutschland (IGS), mit ca. 170 Moscheegemeinden (vgl. IGS 2020),
- der Verband der Islamischen Kulturzentren (VIKZ), mit ca. 300 selbstständigen Moschee- und Bildungsvereinen (vgl. VIKZ 2020),
- die Alevitische Gemeinde Deutschland e.V. (AABF), mit über 160 Moscheegemeinden (vgl. AABF 2020), sowie
- der Zentralrat der Muslime in Deutschland (ZMD), mit 35 muslimischen Dachorganisationen und Gemeinden (vgl. Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages 2018; vgl. ZMD 2020).

Die Vielzahl der verschiedenen Strömungen und Organisationsformen bringen das Problem mit sich, dass der deutsche Staat lange keinen Kooperationspartner auf islamischer Seite sah. Deswegen regten zahlreiche Bundesländer die Gründung sogenannter Schura-Verbände an, in denen die einzelnen Moscheegemeinden direkt Mitglieder waren (vgl. Lemmen 2017: 319ff.; vgl. Mediendienst Integration 2019: 119). Doch konnten auch die Schura-Verbände, wie zuvor die verschiedenen Dachverbände, die Hoffnung der Politik nicht erfüllen, eine einheitliche Repräsentanz des Islam in Deutschland zu etablieren.

Erst im Zuge der 2006 begonnenen Deutschen Islamkonferenz zeichnet sich ein Zusammenrücken der Dachverbände ab. Um die Position der Dachverbände zu stärken, schlossen sich im Jahr 2007 DİTİB, der IRD, der ZMD und der VIKZ zusammen, und schufen gemeinsam unter dem Namen `Koordinationsrat der Muslime` (KRM) eine Arbeitsplattform der größten islamischen Organisationen in Deutschland. Eigener Anspruch dieses 'Supra-Dachverbandes' ist die Vertretung aller Muslime in Deutschland. Ihr Ziel, „Ansprechpartner für Politik und Gesellschaft zu sein, um so für die Interessen der Muslime einzutreten und die rechtliche und organisatorische Voraussetzung für die Anerkennung des Islams in Deutschland im Rahmen von Staatsverträgen zu schaffen“, gelingt jedoch nur bedingt (vgl. Präambel KRM 2010: § 2).

Es ist absehbar, dass es weiterhin keine einheitlichen Vertretungsstrukturen, geschweige denn einen Einheitsislam in Deutschland gibt. Vielmehr, so scheint es, hat sich das Spektrum der muslimischen Zivilgesellschaft in Deutschland deutlich ausdifferenziert. Eine große Zahl an neuen Vereinen und Institutionen, mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten, haben sich gegründet. Die Religionspraxis spielt für sie nur eine untergeordnete Rolle, vielmehr vertreten sie die Interessen ihrer Mitglieder in gesellschaftspolitischen Fragen. Sie verstehen sich als Ergänzung zu anderen muslimischen Vereinen und Moscheegemeinden und widmen sich dem gesellschaftlichen Dialog, der politischen Bildungsarbeit und der Demokratieförderung sowie dem Umweltschutz, dem Wohlfahrtswesen und der sozialen Arbeit. Dies spiegelt sich in der Ausdifferenzierung des Spendenverhaltens, denn sie finanzieren sich überwiegend durch Spenden und bürgerschaftliches Engagement ihrer Mitglieder und nur vereinzelt durch projektgebundene staatliche Förderung oder private Stiftungen (vgl. Mediendienst Integration 2019: 143).

Inzwischen hat sich auch eine muslimische Wohlfahrtspflege in Deutschland etabliert. Bereits 2012 stellte die DIK-Studie ‚Islamisches Gemeindeleben in Deutschen‘ fest, dass 40% der Moscheegemeinden ihren Mitgliedern Beratungsleistungen im Sozial- und Erziehungsbereich anbieten. Zudem bieten mehr als 50% Hausaufgabenhilfe für Schülerinnen und Schüler an und rund 36% Gesundheitsberatung (vgl. Charchira 2017: 331). Die DIK-Studie ‚Soziale Dienstleistungen der in der Deutschen Islam- Konferenz vertretenen religiösen Dachverbände und ihrer Gemeinden (2015)‘ ergab, dass die befragten Gemeinden wöchentlich mindestens 150.000 Menschen, mit ihren sozialen Dienstleistungen erreichen. Zudem engagieren sich mindestens 10.000 Menschen in diesen Organisationen ehrenamtlich. Die Themenbereiche reichen von Sozial- und Erziehungsberatung über sozialpädagogische Familienhilfe und Hausaufgabenhilfe für Schülerinnen und Schüler bis Gesundheitsberatung. Finanziert wird dieses Engagement überwiegend durch Kleinstspenden, die mühsam und kontinuierlich gesammelt werden müssen. Die Folge ist eine chronische Unterfinanzierung (vgl. ebd.: 326, 331).

Bei der Professionalisierung der muslimischen Wohlfahrtspflege steht der deutsche Staat erneut vor dem Problem, dass es im Islam traditionell keine hierarchisch organisierten Körperschaften gibt, die mit den straff organisierten christlichen Kirchen vergleichbar wären. Der muslimischen Wohlfahrtspflege, die oft allein an die einzelnen Gemeinden angebunden ist, wird vorgeworfen, dass sie den fachlichen Ansprüchen der modernen Gesellschaft, die sich in rechtlichen Anforderungen des Staates niederschlagen, nicht hinreichend gerecht wird. Speziell in den klassischen karitativen Handlungsbereichen der Kinder- und Jugendhilfe können die damit betrauten Kräfte häufig keine staatliche Anerkennung ihrer Qualifikation vorweisen und erhalten schon deshalb nicht denselben Status wie vergleichbare christliche oder säkulare Wohlfahrtsverbände (vgl. Ceylan, Kiefer 2016: 9). "Die sozialen Dienstleistungen islamischer

Organisationen in Deutschland erstrecken sich somit über wichtige Felder der sozialen Arbeit, insbesondere mit Kindern und Jugendlichen und [...] decken [dabei] relevante Bereiche der unterschiedlichen Bedarfe von muslimischen Kindern, Jugendlichen und deren Familien ab, ohne aber dafür eine adäquate professionelle Begleitung und Förderung zu erhalten oder eine große Relevanz in der wohlfahrtspflegerischen Infrastruktur zu erfahren" (Charchira 2017: 332).

Vor allem die Frage der Etablierung islamischer Wohlfahrtspflege und die Möglichkeit eines islamischen Wohlfahrtsverbandes als Äquivalent zur säkularen, christlichen und jüdischen Wohlfahrtspflege wurde von 2014 bis 2017 auf die Agenda der Deutschen Islamkonferenz gesetzt. Mit einem zentralen Träger, so die Hoffnung, wäre es möglich die vielfältigen sozialen Dienstleistungen und ihre unmittelbare Verortung in ein Netz professioneller regelgeförderter Wohlfahrtspflege einzubetten. Unter der Beteiligung der muslimischen Verbände wurden seither mehrere Qualifizierungsprojekte auf den Weg gebracht, die den einzelnen muslimischen Gemeinden dabei helfen sollen, soziale Dienstleistungen zu erbringen.

1.3. Wohltätigkeit im Islam

Das Konzept von Wohltätigkeit für sozial Schwache (*'amal ḥairī*) ist im Islam, wie in den meisten anderen Großreligionen auch, tief verankert und stellt einen zentralen Aspekt der religiösen Lehre dar. Sowohl im Koran als auch in der Sunna – der Prophetentradition – wird mehrfach dazu aufgerufen, Almosen zu spenden, Hilfe für Bedürftige zu leisten, Solidarität zu zeigen und Mitgefühl und Verantwortlichkeit gegenüber dem oder der Nächsten aufzubringen, um so die Muslime zu einer barmherzigen Lebensführung zu motivieren. So heißt es beispielsweise in Al-Baqarah Vers 92: „Ihr werdet das Gütigsein nicht erlangen, ehe ihr nicht von dem spendet, was ihr liebt; und was immer ihr spendet, sieht, Allah weiß es“ (Parent 1979: 3:92).

Wohltätigkeit wird von muslimischen Gelehrten oft als die materielle oder geistige Unterstützung definiert, die ein Mensch einem anderen leistet, ohne dafür eine Gegenleistung zu erwarten (vgl. El-Wereny 2017: 99). Die Wohltätigkeit, die in individueller oder kollektiver Form getätigt werden kann, beruht dabei prinzipiell auf dem eigenen Willen und verfolgt das Ziel, Gottes Wohlwollen zu erlangen (vgl. edb.: 99ff.). Gleichzeitig nimmt der koranische Wortlaut bei der Forderung nach einer Wohltat den Charakter eines Befehls ein. So heißt es in Sure An-Nahl Vers 71: „Und Allah hat einige von euch vor den anderen mit Gaben begünstigt. Und doch wollen die Begünstigten nichts von ihren Gaben denen zurückgeben, die sie von Rechts wegen besitzen, so daß sie gleich (beteiligt) wären. Wollen sie denn Allahs Huld verleugnen“ (Parent 1979: 16:71). Somit ist es Auslegungssache, ob die wohltätige Gabe als freiwillige Spende oder als religiöse Pflicht interpretiert wird, derer man sich als gläubiger Muslim nicht entziehen kann.

Die religiöse Verpflichtung wird auch in einer der als fünf Säulen des Islams bekannten Riten sichtbar. Gläubige sind dazu angehalten, neben dem Glaubensbekenntnis (*Shahada*), dem fünfmalig täglichen Ritualgebet (*Salah*), dem Fasten im Monat Ramadan (*Saum*) und der Wallfahrt nach Mekka (*Hajj*) eine Art Almosensteuer für Bedürftige zu entrichten (*Zakāt*) (vgl. H. Halm 2001: 188).

Der *Zakāt* fungiert als Einnahmequelle für islamische Wohltätigkeit und verpflichtet praktizierende Muslima und Muslime, auf bestimmte Einkommens- und Vermögensarten eine Sozialabgabe zu entrichten. Muslima und Muslime, deren Besitz innerhalb eines Mondjahres (Steuerjahr) einen definierten Schwellenwert (*nisāb*) überschreitet, sind verpflichtet, jährlich *Zakāt* zu zahlen. Dieser *nisāb*-Wert wird dabei tagesaktuell an 85 Gramm Gold gemessen. Handelswaren, Bodenschätze sowie Geschäftserträge oder Aktien werden dagegen mit höheren Steuersätzen belegt, sodass sämtliche Güter *Zakāt*-pflichtig sind, welche für Handel oder Gewinn vorgesehen sind (vgl. Martens 2016). Voraussetzungen sind, dass die gebenden Muslime geistig gesund, frei und erwachsen sind und das Gesamtvermögen über ein Jahr besitzen. Trifft dies zu, müssen 2,5% des gesamten Kapitalvermögens (Geld, Gold, Silber) für das Steuerjahr abgegeben werden (vgl. El-Wereny 2017: 112f.).

Als *Zakāt*-Begünstigte nennt der Koran acht berechnete Empfängertypen:

„Wahrlich, die Almosen sind nur für die Armen und Bedürftigen und für die mit der Verwaltung (der Almosen) Beauftragten und für die, deren Herzen gewonnen werden sollen, für die (Befreiung von) Sklaven und für die Schuldner, für die Sache Allahs und für den Sohn des Weges; (dies ist) eine Vorschrift von Allah. Und Allah ist Allwissend, Allweise.“ (Parent 1979: 9:60).

Dabei soll der *Zakāt* vor allem in den persönlichen Nahbereich gespendet werden. Nutznießer der *Zakāt* sind zudem von der Verpflichtung befreit, selbst *Zakāt* zu zahlen. Während direkte Verwandte, wie Kinder, Enkelkinder, Eltern und Großeltern als Begünstigte ausgeschlossen werden, da ihre Versorgung aus islamischer Sicht ohnehin ein Pflicht darstellt, sollen Verwandte, für die eine entsprechende Verpflichtung nicht besteht vor der Abgabe an nicht-verwandte Bedürftige bevorzugt werden (vgl. El-Wereny 2017: 114ff.). Die Verantwortung des Einzelnen für das Gemeinwohl wird nicht nur auf benachteiligte Mitglieder der eigenen Gemeinschaft bezogen, sondern erstreckt sich darüber hinaus auch auf Menschen, die nicht zu der eigenen religiösen oder ethnischen Gruppe gehören.

Neben dem *Zakāt al-mal* (*Zakāt* auf das Einkommen), gibt es die zweite Form des verpflichtenden *Zakāt*, das sogenannte *Zakāt al-fitr* (*Zakāt* des Fastenbrechens). Hierbei wird am Ende des Fastenmonat Ramadan pro Familienmitglied eine Mahlzeit gespendet, die es Bedürftigen erlaubt, am Fastenbrechen in der Gemeinschaft teilzuhaben. Diese Abgabe wird neben der

Unterstützung für Bedürftige, als Reinigung und Ausgleich für die Verfehlungen oder anstößigen Handlungen während des Fastens angesehen (vgl. ebd.: 115). Ähnlich wie beim *Zakāt al-fitr*, wird auch während des islamischen Opferfestes *Īdu l-Adḥā* (türkisch *Kurban Bayramı*) ein Teil des geopferten Tieres traditionell unter den Armen und Hungrigen verteilt.

Für islamische Ökonomen stellt der *Zakāt* ein geregeltes Sozialabgabesystem dar, das in vielen islamischen Ländern eine mildtätige Grundversorgung garantiert (vgl. El-Wereny 2017). Mit einem Wohlfahrts- und Sozialstaatssystem moderner europäischer Prägung erscheint es auf den ersten Blick schwer vereinbar zu sein. Es läge aber nahe zu überlegen, inwiefern der *Zakāt* in Deutschland eine ähnliche Rolle spielen könnte, wie die Kirchensteuer und er als wichtige Finanzierungsquelle für gemeinnützige und wohltätige Organisationen eingesetzt werden kann. Ansätze darüber sind aktuell in der Debatte um die Etablierung eines *Zakāt*-Fonds erkennbar (vgl. Ceylan, Kiefer 2016: 143).

Neben der verpflichtenden Spende kennt der Islam auch die fakultative Spende (*Sadaqa*). Hierrunter fallen zahlreiche Aktivitäten, etwa die geistliche Unterstützung des Menschen in Notsituationen, das freiwillige Spenden an Bedürftige sowie die Opfergabe bei der Geburt eines Kindes (*‘aqīqa*), beim Hochzeitsfest (*walīma*), beim Opferfest (*‘id al-adḥā*) usw. Eine weitere fakultative Spendenformen ist die seit dem frühen Islam etablierte Tradition, Gaben im Rahmen eines *Waqf* zu institutionalisieren. *Awaqf* werden dabei als die endgültige und immerwährende Immobilisierung privaten Eigentums verstanden. Gemäß dem Stifterwillen wird so dauerhaft ein gottgefälliger Zweck finanziert (vgl. ebd.: 100).

1.4. Bisherige Datenlage zu Spenden in Deutschland

Empirische Daten über das Spendenverhalten in Deutschland wurden lange Zeit nur in wenigen Studien erhoben. Hierzu zählten der TNS-Emnid-Spendenmonitor (Jetzt: Deutscher Spendenmonitor) und die Berechnungen auf der Grundlage der Einkommenssteuerstatistik durch das Statistische Bundesamt. In den letzten Jahren kamen einige neue Studien, bspw. der GfK Charity*Scope (seit 2004) oder der Freiwilligensurvey (1999, 2004, 2009, 2014 und 2019) hinzu. Das Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) sowie das Sozio-oekonomische Panel (SOEP) erheben ebenfalls Daten zum Spendenverhalten (vgl. Gricevic et al. 2020). Hinzu kommen Erhebungen durch Organisationen wie die Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing/ Deutscher Fundraising Verband e.V., die seit 2000 eigene Daten ihrer Mitgliedsorganisationen erheben, jedoch darauf verweisen, dass diese keinen Anspruch auf Repräsentativität haben (vgl. West 2011a: 46f).

Das ermittelte Spendenvolumen in Deutschland variiert von Studie zu Studie zum Teil erheblich. Die Unterschiede sind u.a. darauf zurückzuführen, dass die jeweiligen Studien unterschiedliche Schwerpunkte setzen, nicht die gleichen methodischen Ansätze verfolgen und

verschiedene Erhebungsmethoden nutzen. Unterschiede bestehen auch in Hinblick auf die Stichprobengröße, die von 4.000 Personen (Spendenmonitor) bis 29.000 Personen (Freiwilligensurvey) variiert. Auch der zeitliche Bezug der Spendenfragen (monatliche oder jährliche Spendenangaben), Kappungen von Großspenden (ab 2.500 Euro bei Bilanz des Helfens, 2.000 Euro beim Freiwilligensurvey, keine Kappung bei SOEP) und die Frage, ob nach konkreten Spendenbeträgen oder nach Spendenkategorien (bis 100 Euro, 101 bis 500 Euro, 501 bis 1.000 Euro, über 1.000 Euro) gefragt wird, erschweren einen Vergleich und lassen Diskussionsraum über das genaue Gesamtspendenaufkommen (vgl. Schulz-Sandhof 2017: 2ff.).

Im internationalen Vergleich liegt Deutschland im Fünf-Jahres-Durchschnitt des World Giving Index (Stand 2018) auf dem 19. Platz (vgl. Charities Aid Foundation 2018: 12). Laut Freiwilligensurvey spendeten rund die Hälfte aller Deutschen 2014 insgesamt 5,9 Milliarden Euro, was einen leichten Rückgang von 0,3% im Vergleich zu 2009 bedeutet. Am häufigsten werden Beträge bis zu 100 Euro pro Jahr gespendet. Hohe Beträge bis zu 1.000 Euro und sehr hohe Beträge über 1.000 Euro werden lediglich von einer sehr kleinen Bevölkerungsgruppe gespendet. Zwischen den Bevölkerungsgruppen gibt es große Unterschiede bezüglich der Spendenhöhe und -häufigkeit. Ältere Personen spenden häufiger und höhere Beträge als Jüngere (vgl. Alscher et al. 2018: 379). Dies könnte mit dem überdurchschnittlichen monatlichen Einkommen der Altersgruppe zusammenhängen, da in der Lebenslaufperspektive das Einkommen am Ende der Erwerbskarriere am höchsten ist und die Kapitalerträge aufgrund angesparter Vermögen reichlicher fließen als in jüngeren Lebensjahren (vgl. Vogel, Hameister 2016: 223). Des Weiteren wird sichtbar, dass Frauen im Vergleich zu Männern häufiger spenden. Dabei fällt jedoch auf, dass Frauen vorwiegend kleinere Beträge als Männer spenden (vgl. ebd.).

Personen, die Geld spenden, engagieren sich zudem auch häufiger ehrenamtlich (vgl. ebd.: 227). Insgesamt engagieren sich 43,6% aller Bürgerinnen und Bürger in Deutschland (vgl. Simonson et al. 2016: 3). Ähnlich dem Gesamtspendenvolumen zeigt sich auch hier, dass je nach Umfrage unterschiedliche Engagement-Quoten festgestellt werden. Aufgrund einer engeren Definition von „Ehrenamt“ spricht der SOEP (2015) bspw. nur von rund 32% (vgl. Alscher et al. 2018: 376). Dabei sind vorrangig Personen im Alter von 14 bis 29 Jahren die zivilgesellschaftlich engagierteste Altersgruppe. Zudem konnte bei älteren Menschen ab 60 Jahren eine kontinuierliche Steigerung des Engagements festgestellt werden, welches als Ausdruck eines aktiven Alterns und einer Zunahme des lebenslangen Lernens interpretiert werden kann (vgl. ebd.: 377).

Die GfK- Studie ‚Bilanz des Helfens‘ gibt für das Jahr 2019 (als Teilergebnis des GfK Charity*Scope) ein Gesamt-Spendenvolumen von rund 5,1 Milliarden Euro an. Dies entspricht einem Minus von 3,6% gegenüber dem Vorjahr. Verglichen mit den Vorjahren ist die Anzahl der spendenden Personen weiterhin rückläufig. Erstmals fällt die Anzahl der Spendenden dabei

unter 20 Millionen Menschen, sodass nur noch 29% der deutschen Bürgerinnen und Bürger ab 10 Jahren spendet. Dies sind knapp eine Millionen Menschen weniger als im Vorjahr. Gleichzeitig steigt jedoch die Spendenhäufigkeit der spendenden Personen mit knapp sieben Mal pro Jahr auf einen neuen Höchstwert. Durchschnittlich wird pro Spende 37 Euro gespendet. Auch hier zeigt sich, dass ältere Personen ein höheres Spendenaufkommen erbringen. Über die Hälfte (55%) des gesamten Spendenvolumens wird demnach von Personen erbracht, die 60 Jahre und älter sind(vgl. Corcoran 2020).

Als Hauptspendenzweck gibt die GfK-Studie "Bilanz des Helfens" 2019 die humanitäre Hilfe mit 75,3% an. Spenden für Geflüchtete sind auch 2019 weiterhin rückläufig. Während 2016 noch 3,8 Millionen Menschen für Geflüchtete spendeten, sind es 2019 nur noch 2,5 Millionen (3% der in Deutschland lebenden Gesamtheit). Auch das aufgebrachte Spendenvolumen ist im Vergleich zum Vorjahr um 11% gesunken. Für den Bereich der nicht-humanitären Hilfe wurden 2019 24,7% der Spenden erbracht. Hierrunter fallen Tierschutz (5,9%), Sport (3%), Kultur- und Denkmalpflege (2,5%), Umwelt- und Naturschutz (3,5%) sowie mit 9,9% sonstiges bzw. keine Angabe. Dabei werden 38% der Spenden an internationale Projekte und 62% an Projekte im Inland gespendet (vgl. ebd.).

Das Sozio-oekonomische Panel (SOEP) gibt für 2017 (vgl. Gricevic et al. 2020) an, dass fast die Hälfte aller in Deutschland lebenden Menschen ab 16 Jahren Geld für soziale, kirchliche, kulturelle, gemeinnützige und wohltätige Zwecke spenden. Das ergibt ein Gesamtspendenvolumen von 9,8 Milliarden Euro und durchschnittlich 301 Euro pro Person. Ähnlich den Ergebnissen des Freiwilligensurveys konnte auch hier festgestellt werden, dass Frauen zwar häufiger, doch dabei durchschnittlich rund 100 Euro weniger spenden als Männer. Bezüglich der Altersgruppen lässt sich feststellen, dass Jüngere (16- bis 34-Jährige) seltener spenden. Die Ergebnisse zeigen erneut, dass ein höheres Einkommen mit vermehrter Spendentätigkeit und tendenziell höheren Spenden einhergeht. "Höherer Wohlstand ermöglicht es, mehr Mittel für soziale und wohltätige Zwecke aufzubringen, ohne dabei selbst einen zu großen Verzicht leisten zu müssen. Zugleich wachsen mit höheren Einkommen aufgrund der Steuerprogression auch die steuerlichen Anreize für die Spendentätigkeit" (ebd.: 10).

Zu christlich motiviertem Spendenverhalten und christlichen Empfängerorganisationen gibt es mittlerweile zahlreiche Untersuchungen (vgl. Lakemann 2012: 18ff.). Zum Spendenverhalten von Muslima und Muslimen in Deutschland und im europäischen Ausland ist die Daten- und Literaturlage dagegen verhältnismäßig dünn. Zwar gibt es zahlreiche Literatur über die Finanzierung muslimischer Organisationen in Deutschland, in denen darauf hingewiesen wird, dass diese sich überwiegend durch Spenden finanzieren, doch genaue Zahlen oder eine Aufschlüsselung der Spenderinnen und Spender werden hier nicht genannt (vgl. bspw. Ceylan, Kiefer 2016; vgl. Muckel et al. 2018.). Wenn dem Thema Aufmerksamkeit gewidmet wird, dann oft

im Zusammenhang mit Diasporaspenden und der daraus resultierenden Einflussnahme (vgl. bspw. edb.; vgl. Schröter 2019).

Über *Waqf* in Europa gibt es ein paar Veröffentlichungen (vgl. bspw. Strachwitz 2018), sowie eine quantitative Recherche zu muslimischen Stiftungen im Verzeichnis des Bundesverbands Deutscher Stiftungen sowie Interviews, die die Bedingungen für islamische Stiftungen in Deutschland diskutieren (vgl. Echter, Mattes 2017). Daten über muslimisches Spendenverhalten in Deutschland liefert lediglich der Freiwilligensurvey 2014 und das SOEP. Zur Vergleichbarkeit wurden beide Datensätze in der hier vorgelegten Studie von der Autorin und den Autoren angefragt und ausgewertet.²

Wohl aufgrund der geringen Fallzahl verzichten die ausführlichen Berichte zum Freiwilligensurvey 2014 darauf, Angaben zum Spendenverhalten von Muslimen zu machen. Zwar wird die Religionszugehörigkeit der Umfrageteilnehmenden abgefragt, doch gaben von den 513 befragten Muslima und Muslime lediglich 275 Personen an, in den vergangenen zwölf Monaten Geld gespendet zu haben. Dieser Datenkorpus mit geringer Fallzahl zeigt, dass die Mehrheit der Befragten kleinere Beträge bis 100 Euro spendet (vgl. FWS 2014, eigene Berechnung). Bezüglich des freiwilligen Engagements (Zeitspenden) von Muslima und Muslimen sind lt. Freiwilligensurvey Mitglieder islamischer Religionsgemeinschaften mit 26,5% zu deutlich geringeren Anteilen freiwillig engagiert als Personen anderer oder keiner Konfession. Dies deckt sich mit Ergebnissen aus anderen Studien zum Zusammenhang von Religion und Engagement, in denen Muslima und Muslime sich ebenfalls in geringerem Maße engagieren (vgl. Traunmüller 2009: 15).

Vermutlich liegt der Grund für die unterschiedlichen Engagementquoten in der deutlich besser ausgebauten Infrastruktur der christlichen Kirchen, die ihren Mitgliedern zivilgesellschaftliches Engagement durch ein breit ausgebautes Netz an Organisationen leichter ermöglichen können. Die muslimischen Vereine sind darüber hinaus bislang weniger mit staatlichen und anderen öffentlichen Akteurinnen und Akteuren vernetzt. Auch die Immigrationerfahrung und die ‚Transfererfahrung‘ in eine neue Gesellschaft zeigen Auswirkungen auf das Engagement. Da ein großer Teil der Muslima und Muslime eigene Zuwanderungserfahrungen hat, decken sich die Befunde mit den Ergebnissen, dass Personen mit Migrationshintergrund sich insgesamt zu geringeren Anteilen engagieren (vgl. Vogel, Hameister 2016: 239 f.).

Während für das Befragungsjahr 2018 das SOEP die Religionszugehörigkeit nicht abfragte, wurde im Jahr 2014 eine Spendendifferenzierung nach religiöser Bindung erhoben. Dabei gaben 51% der Befragten mit einer religiösen Bindung an, gespendet zu haben. Demgegenüber

² Die Datenweitergabe der SOEP Daten und der Daten des Freiwilligensurvey 2014 erfolgte durch das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung e.V. (DIW Berlin) bzw. das Deutsche Zentrum für Altersfragen (DZA). Für die Bereitstellung der Datensätze möchten sich die Autorin und die Autoren herzlichst bedanken.

stehend ist das Spendenverhalten von Personen ohne religiöser Bindung mit 37% deutlich geringer (vgl. Gricevic et al. 2020: 105ff.). Während der Bericht zum Freiwilligensurvey darauf verzichtet, genauere Angaben über die Religionszugehörigkeit zu machen, zeigen die SOEP-Daten in Tabelle 1, dass Muslima und Muslime mit 30% sogar seltener als Konfessionslose spenden. Ihre durchschnittliche Spendenhöhe ist jedoch mit 258 Euro fast gleich hoch, wie die der Katholikinnen und Katholiken (263 Euro), die aber mit 53% deutlich häufiger spenden. Die Daten des SOEP zeigen also, dass Muslime zwar seltener, dabei jedoch höhere Beträge spenden als Personen anderer oder mit keiner religiösen Bindung. Laut SOEP spenden erwachsene Personen ohne Migrationshintergrund häufiger als Personen, die selbst oder deren Eltern/Großeltern nach Deutschland migriert sind. Lediglich 37% von ihnen spenden, während von den Personen ohne Migrationshintergrund fast die Hälfte spendet (vgl. ebd.).

Tabelle 1: *Spendenquote und Spendenhöhe 2014 nach Religionszugehörigkeit*

Religionszugehörigkeit	Häufigkeit	Spendenquote	Spendenhöhe
		2014	2014
Katholisch	6275	53,2	263
Evangelisch	7190	53,2	238
Islamisch	1103	30,2	258
Keine	8131	37,4	217

Quelle: SOEP V35_0, Karsten Schulz-Sandhof (DZI)

1.5. Der internationale Vergleich

Die britische Studie '*A Survey of Charitable Giving in the British Muslim Community*' (vgl. Khimji 2014) war bislang eine der wenigen Studien, die sich explizit mit den Spendenmotiven muslimischer Spenderinnen und Spender befasst hat. Zu Themenbereichen wie der Spendenbereitschaft und -motivation, den Spendenzielen, bevorzugten Spenden- und Kommunikationsmethoden sowie Anreizen für höhere Spendenbereitschaft antworteten in einer Onlineumfrage 272 Muslima und Muslime. Die Ergebnisse zeigen, dass britische Muslima und Muslime im Vergleich zu anderen Bürgerinnen und Bürgern ähnlich hohe Beträge spenden (mehr als 240 GBP pro Jahr). Rund ein Viertel der Befragten war bereit, mit mindestens 600 GBP pro Jahr, mehr als der britische Durchschnitt zu spenden (vgl. ebd. 6ff.). Es zeigte sich, dass britische Muslima und Muslime mit der Dauer ihres Aufenthalts zunehmend daran interessiert sind, im Inland und in ihrem sozialen Nahraum zu spenden. Dabei geht der religiöse Rahmen der Solidargemeinschaft jedoch nicht verloren: 63% gaben an, überwiegend an muslimische Wohltätigkeitsorganisationen zu spenden. Lediglich 25% spenden hingegen an nicht-muslimische Wohltätigkeitsorganisationen (vgl. ebd.: 7). Die wichtigsten Themen sind Kinder und Jugendliche (54%), Katastrophenhilfe (45%), Bildung (31%), Gemeindeentwicklung (23%), Obdachlosigkeit (23%) und Religion (21%).

Von den Befragten gaben zudem 43% an, sich mindestens einmal die Woche freiwillig zu engagieren (vgl. ebd.: 6f.). Insgesamt konnte die Studie feststellen, dass die Spendenhäufigkeit mit der Religiosität (gemessen an der Häufigkeit des Betens) korreliert. Die Studie wird damit erklärt, dass Personen, die weniger an religiösen Ritualen beteiligt sind, weniger motiviert sind auf Grundlage religiöser Pflichten oder Verantwortlichkeiten für wohltätige Zwecke zu spenden (vgl. ebd.: 8).³

³ Problematisch ist die relativ geringe Fallzahl der Studie. Die Ergebnisse über die Spendenhöhe und die Tatsache, dass Muslima und Muslime mehr Spenden als der britische Durchschnitt, decken sich jedoch mit umfangreicheren Umfragen von JustGiving und ICM (vgl. Ainsworth 2013).

2. Die Befragung von muslimischen Spendern

2.1. Aufbau und Methode der Studie

Die explorative Umfrage des Maecenata Instituts für Philanthropie und Zivilgesellschaft untersuchte als erste Studie das muslimische Spendenverhalten und den Zusammenhang zwischen islamischer Religiosität und Wohltätigkeit im deutschsprachigen Raum. Ziel der Studie war es, Daten zu gewinnen, die neben dem Spendenverhalten auch Informationen über das Spendenvolumen und die präferierten Spendenziele sowie Informationen über muslimisches bürgerschaftliches Engagement und den Stand einer muslimischen Zivilgesellschaft in Deutschland enthalten.

Um die empirische Wissenslücke über muslimische Philanthropie zu schließen, konnten im Ergebnis einer quantitativen Onlinebefragung die Angaben von 1.032 Teilnehmenden ausgewertet werden. Die Mail-Adressen für die Befragung stammten aus den Datenbanken von Islamic Relief Deutschland e.V.. Ausgangsbasis war eine Zufalls-Stichprobe aus 30.000 aktiven Spenderinnen und Spendern, die in den letzten 12 Monaten an Islamic Relief Deutschland gespendet hatten. Der Onlinefragebogen wurde vom Maecenata Institut konzipiert und orientierte sich an deutschen Spendenumfragen sowie der britischen Studie *„A Survey of Charitable Giving in the British Muslim Community“*. Die technische Umsetzung der Umfrage sowie die Datenaufbereitung erfolgte durch das Markt- und Sozialforschungsinstitut USUMA.⁴

Die Umfrage wurde zwischen dem 12. November und dem 4. Dezember 2019 einem Pretest unterzogen. Nachdem dabei neben der deutschen sowie türkischen Sprache keine weiteren relevanten Fremdsprachen für einen barrierefreien Zugang zum Fragebogen gewünscht worden waren, verlief die Umfrage vom 13. Januar bis zum 25. Januar 2020 mit der Wahlmöglichkeit zwischen deutsch und türkisch. Die durchschnittliche Bearbeitungszeit der Onlinebefragung betrug 15 Minuten. Die Auswertung der Befragung erfolgte ab Februar 2020 durch das Maecenata Institut.

Da 20 Umfrageteilnehmer in den vergangenen zwölf Monaten nicht gespendet hatten, wurden ihre Angaben nicht in die Auswertung einbezogen. Der Umfang der verwertbaren Angaben beläuft sich folglich auf $N = 1.012$. Zu beachten ist aber, dass die Stichprobe aus einer Datenbank von aktiven Spenderinnen und Spendern gezogen wurde. Während bspw. der Freiwilligensurvey eine Stichprobe der in Deutschland lebenden Personen zieht, wurden in dieser Studie explizit Spenderinnen und Spender zu ihrem Spendenverhalten befragt. Die Ergebnisse betrachten folglich nur aktive muslimische Spenderinnen und Spender und nicht die Gesamtheit der muslimischen Bürgerinnen und Bürger in Deutschland. Insofern können keine

⁴ USUMA ist Mitglied des Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V., Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft ADM-Telefonstichproben und Mitglied der Arbeitsgemeinschaft ADM-F2F-Stichproben.

Angaben bereitgestellt werden, zu welchen Anteilen die muslimische Bevölkerung spendet (Spenderquote). Stattdessen liegt der Schwerpunkt der Fragen auf der Art des Spendens, den Beweggründen des Spendens, dem Umfang der Spenden und den Spendenzwecken.

2.2. Die Umfrageergebnisse

2.2.1. Geld- und Sachspenden

Die Befragten hatten die Möglichkeit, ihre Spendenhöhe sowohl in offenen Angaben als auch in skalierten Kategorien anzugeben. In den offenen Angaben zur Spendenhöhe lag der Gesamtspendenbetrag dabei durchschnittlich bei 452 Euro pro Jahr.⁵ In den Kategorienangaben spendet die Mehrheit der Befragten (45%) Beträge zwischen 101 bis 500 Euro im Jahr, knapp 22% leisteten Beträge zwischen 1 bis 100 Euro, gefolgt von Beträgen zwischen 501 bis 1000 Euro (19%). Die ermittelte Spendenhöhe der Muslima und Muslime liegt somit deutlich über den Ergebnissen des SOEP (258 Euro) und des Deutschen Freiwilligensurveys (bis zu 100 Euro) für die in Deutschland lebende Gesamtheit und bestätigt, dass die befragten Spenderinnen und Spender im Vergleich deutlich höhere Beträge (bis zu 100 Euro im Freiwilligensurvey, 301 Euro im SOEP) spenden. Allerdings sei nochmal darauf hingewiesen, dass die Stichprobe aus einer Datenbank von aktiven Spenderinnen und Spendern gezogen wurde.

Tabelle 2: *Spendenhöhe der letzten 12 Monate nach Geschlecht, Alter, Immigrationsgenerationszugehörigkeit und monatlichem Einkommen*

	Anzahl der Gruppe (n) an N	Prozentualer Anteil in der Gruppe	1500 € und drüber	1001 bis 1500 €	501 bis 1000 €	101 bis 500 €	1 bis 100 €	Betrag nicht bekannt
			in Prozent					
Gesamt	1012	100,0	8,0	4,1	19,1	45,2	21,6	2,1
Geschlecht	998							
Männer	582	58,2	5,5	3,8	17,7	45,9	25,6	1,6
Frauen	418	41,8	11,7	4,3	21,1	44,7	16,3	0,9
Alter	1000							
Unter 18 Jahre	4							
18 bis 34 Jahre	602	60,0	5,0	2,5	16,9	47,0	27,2	1,3
35 bis 49 Jahre	353	35,3	12,7	5,9	21,8	43,9	13,0	2,5
50 bis 64 Jahre	40	4,0	12,5	10,0	30,0	35,4	12,5	0,0
65 und älter	3							

⁵ 39 Großspenden, die zwischen 2.200 und 50.000 Euro im Jahr lagen, wurden ausgerechnet, um eine allzu große Verzerrung zu vermeiden. Mit Einbezug der Großspenden lag der Mittelwert bei 691 Euro. Der Median aller Probanden mit offener Angabe lag bei 340 Euro.

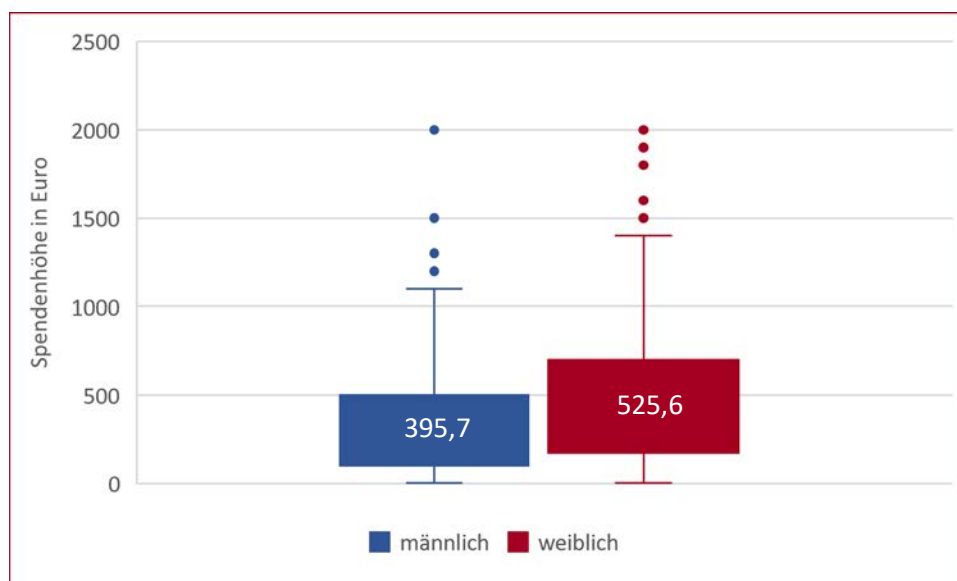
Immigrationsgenerations- zugehörigkeit	884							
1. Generation	104	11,7	14,4	2,9	21,2	43,3	16,3	1,9
2. Generation	443	50,0	8,6	4,3	20,8	43,8	20,8	1,8
3. Generation	339	38,3	5,3	3,2	15,3	48,7	25,7	1,8
monatliches Einkommen	918							
unter 1.000 Euro	225	22,2	1,8	1,3	7,1	46,2	42,2	1,3
1001 – 2000 Euro	255	27,7	3,5	3,9	22,0	43,9	25,1	1,6
2001 – 3000 Euro	247	26,8	7,7	4,5	25,9	49,0	11,7	1,2
3001 – 4000 Euro	99	10,8	18,2	4,0	24,2	46,5	7,1	0,0
4001 und mehr Euro	94	10,2	27,7	8,5	23,4	37,2	3,2	0,0

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

2.2.2. Geschlecht und Spendenhöhe

Von den befragten Personen waren 58% ($n = 582$) männlich und 41% weiblich ($n = 418$). Nach Geschlecht aufgeschlüsselt, spenden Frauen zu 45% und Männer zu 46% ähnlich häufig Beträge zwischen 101 bis 500 Euro im Jahr. Hohe Beträge über 1.500 Euro werden von Frauen (12%) allgemein häufiger getätigt als von Männern (5%). Auch die anderen Beitragskategorien zeigten, dass Frauen signifikant höhere Beträge spenden. Sie spenden durchschnittlich 526 Euro im Jahr, während die männlichen Befragten lediglich 396 Euro spenden (Abbildung 2).

Abbildung 2: Spendenhöhe der letzten 12 Monate nach Geschlecht



Um eine Verzerrung des Mittelwerts zu vermeiden, wurden nur die Spendenbeträge bis 2.000 Euro berücksichtigt. $n = 807$.

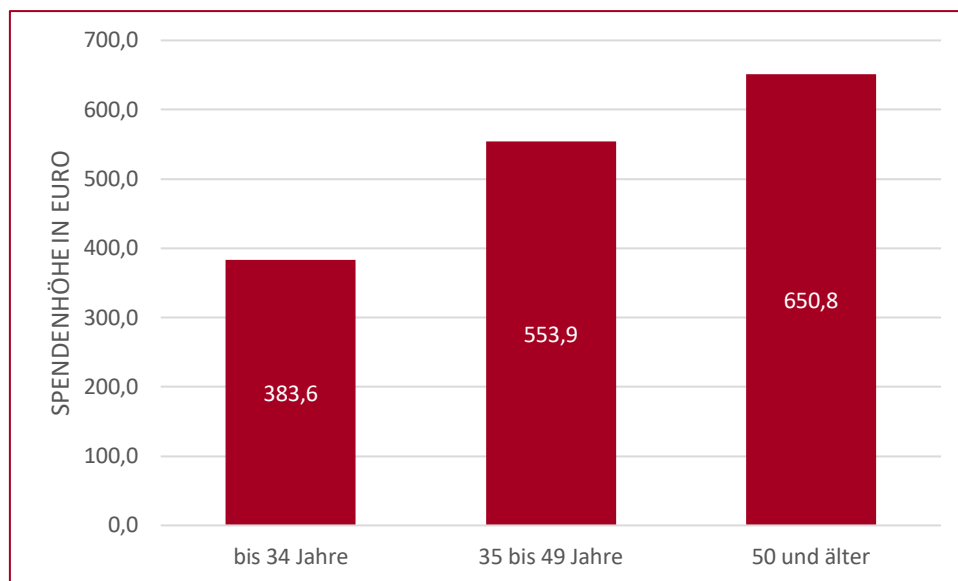
Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

2.2.3. Alter und Spendenhöhe

In der Umfrage waren alle Altersgruppen vertreten, wobei vermutlich aufgrund des Mediums der Online-Befragung die Altersspanne der Teilnehmenden überwiegend zwischen 18 und 34 Jahre und 35 – 49 Jahre liegt. Lediglich vier Teilnehmende waren jünger als 18 Jahre. Knapp 50 teilnehmende Personen waren älter als 49 Jahre.

In Abbildung 3 wird die Tendenz sichtbar, dass ältere Teilnehmende häufiger mehr als die jüngeren spenden. Diese Ergebnisse decken sich mit den anderen Spendenstudien und erklären sich mit einem höheren Einkommen, das im Laufe des Lebens in der Regel ansteigt. So lag der Einkommensdurchschnitt dieser Gruppe auch erwartbar oberhalb des Einkommensdurchschnittes der 18 bis 34-Jährigen. Weitere Erklärungsfaktoren für die steigende Spendenhöhe in der Altersgruppe der 35- bis 49-Jährigen sind eine zunehmende, soziale Vernetzung über Organisationsstrukturen, die teilweise auch beruflich bedingt sind, bspw. den gemeinnützigen Betriebsverein, den Kleingartenverein oder die Vereinszugehörigkeiten der Kinder.

Abbildung 3: durchschnittliche Spendenhöhe nach gruppiertem Alter



$n = 808$

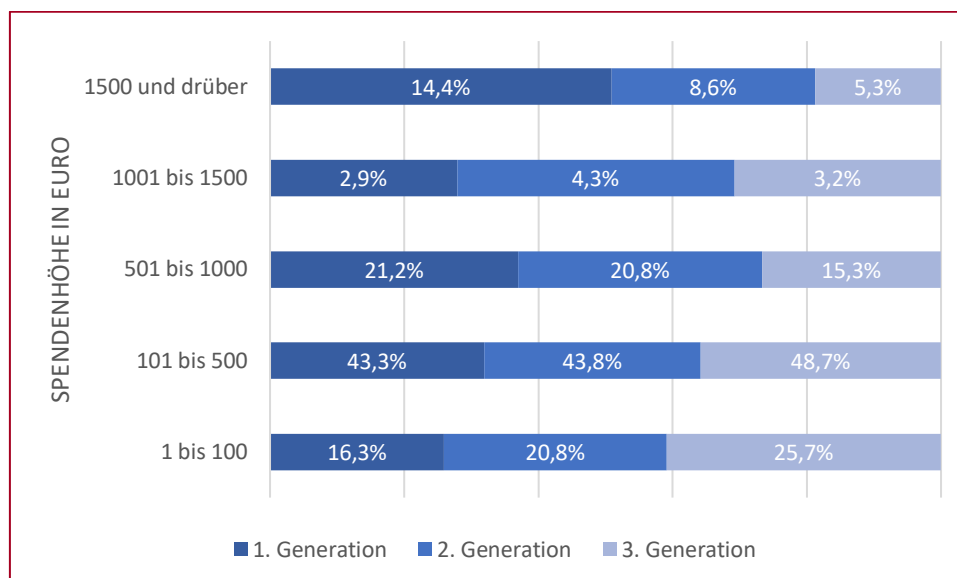
Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

2.2.4. Staatsangehörigkeit, Immigrationsgenerationen und Spendenhöhe

Der Großteil der Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer waren Personen mit Migrationshintergrund. 54% ($n = 661$) der Befragten gaben an, eine andere als die deutsche

Staatsangehörigkeit zu besitzen.⁶ Ihnen folgen 36% (n = 441), wo mindestens ein Elternteil eine andere als die deutsche Staatsangehörigkeit besitzt. 8% (n = 95) der Befragten hatten in diesem Sinne keinen Migrationshintergrund. Sie spenden mit 485 Euro leicht mehr als der Durchschnitt der restlichen Befragten. Von den Umfrageteilnehmenden mit Migrationshintergrund gaben 12% (n = 104) an, dass sie der 1. Immigrationsgeneration angehören und somit selbst nach Deutschland migriert sind. Die 2. Immigrationsgeneration (50%, n = 443) war am stärksten vertreten. Ihre Eltern waren nach Deutschland migriert. Darauf folgte die Gruppe der 3. und folgender Immigrationsgenerationen (38%, n = 339), deren Großeltern oder Urgroßeltern nach Deutschland migriert waren. Zwischen den Immigrationsgenerationen zeigte sich, dass, wenngleich die Mehrheit vor allem Beträge zwischen 101 und 500 Euro spenden, die 3. Immigrationsgeneration am zweithäufigsten kleinere Beträge spendet (26%) während die 2. Immigrationsgeneration zu gleichen Anteilen Beträge zwischen bis zu 100 Euro und 501 bis 1.000 Euro spendet (21%). Bei der 1. Immigrationsgeneration fällt hingegen auf, dass diese mit 14% fast dreimal so häufig wie die dritte Immigrationsgeneration höhere Beträge als 1.500 Euro spenden (Abbildung 4). Liegt der Median der ersten Immigrationsgeneration noch bei Mdn = 450 Euro, sinkt er von Immigrationsgeneration zu Immigrationsgeneration auf Mdn = 350 Euro und Mdn = 250 Euro. Auch dies lässt sich wahrscheinlich mit dem Alter und der damit zusammenhängenden Einkommenssituation erklären. Unter Kontrolle des Einkommens wird sichtbar, dass dieses die Unterschiede der Immigrationsgenerationen auf das Spendenverhalten signifikant erklären können.

Abbildung 4: Spendenhöhe der letzten 12 Monate nach Immigrationsgenerationen



n = 918.

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

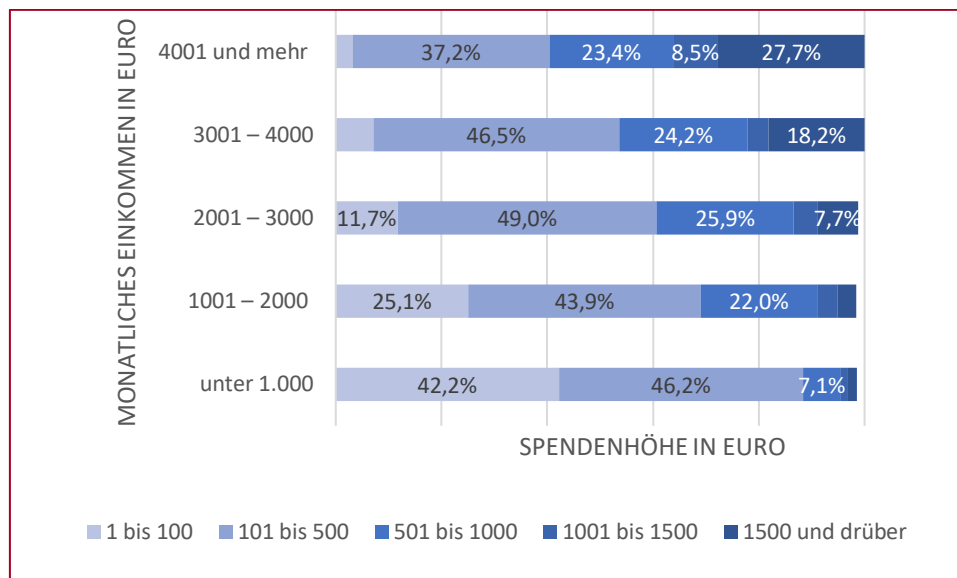
⁶ Ob es sich dabei um eine Doppelstaatsbürgerschaft handelte, ließ sich nicht festzustellen.

2.2.5. Einkommen, Wohnort und Spendenhöhe

Bezüglich des monatlichen Nettoeinkommens war die Verteilung zwischen den Einkommensgruppen mit weniger als 1.000 Euro (22%, n = 225), 1.001 – 2.000 Euro (25%, n = 255) und 2.001 – 3.000 Euro (24%, n = 247) relativ gleichmäßig. Höhere monatliche Nettoeinkommen von 3.001 – 4.000 Euro und 4.001 Euro und mehr waren mit 10% (n = 99) bzw. 9% (n = 94) vertreten.

Der Blick auf das monatliche Einkommen zeigt, dass Spenderinnen und Spender mit höherem Einkommen deutlich höhere Beträge spenden als Personen mit niedrigem Einkommen (Abbildung 5). Überraschend ist jedoch, dass Personen trotz geringerem Einkommen häufiger Beträge von 101 bis 500 Euro (46%) spenden als kleinere Beträge bis zu 100 Euro (42%).

Abbildung 5: Spendenhöhe der letzten 12 Monate nach monatlichem Einkommen



n = 884.

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

Bezüglich des Wohnortes geben jeweils rund 20% der Befragten an, dass sie in Landesgemeinden/Kleinstädten (bis unter 20.000 Einwohnerinnen und Einwohner), in Mittelstädten (20.000 bis unter 100.000) oder kleineren Großstädten (100.000 bis unter 500.000) leben. In großen Großstädten (ab 500.000 Einwohnerinnen und Einwohner) leben hingegen 33% der Befragten.

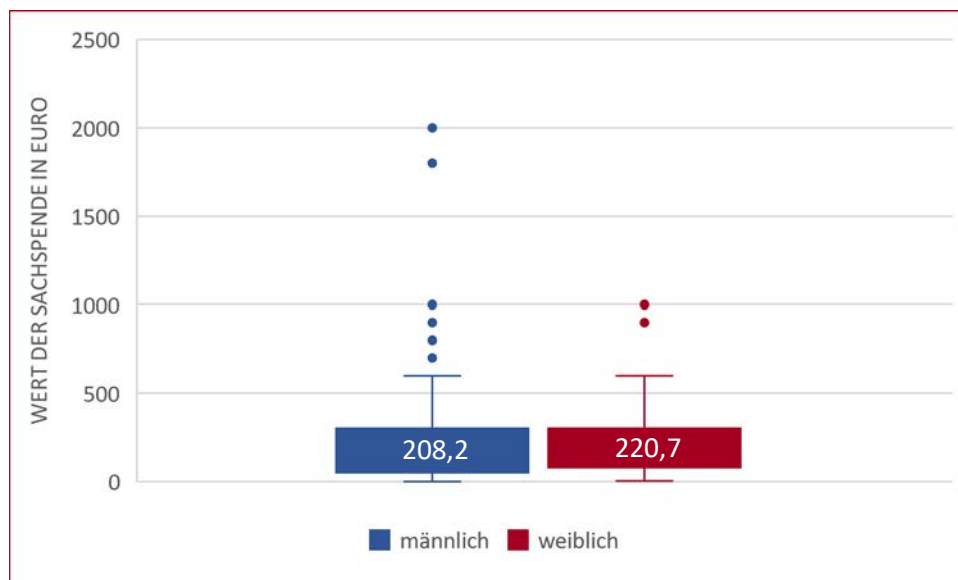
Bezüglich der Spendenhöhe fällt auf, dass Befragte aus Landgemeinden/Kleinstädten durchschnittlich mit 479 Euro die höchsten Beträge spenden. Ihnen folgen Befragte in großen Großstädten (460 Euro), kleineren Großstädte (445 Euro) und mittelgroßen Städten mit 439 Euro im Jahr.

2.2.6. Sachspenden und Zeitspenden (Ehrenamt)

Neben Geldspenden fragte die Studie auch nach Sachspenden, also beispielsweise gespendeter Kleidung, Büchern oder Spielsachen. Hierzu gab mehr als jede(r) zweite Befragte (52%) an, in den letzten zwölf Monaten Sachspenden für soziale und gemeinnützige Zwecke getätigt zu haben. Durchschnittlich wurden dabei Sachspenden im Wert von 213 Euro gespendet.⁷ Der Wert der Sachspenden wurde am häufigsten auf Beträge zwischen 1 bis 100 Euro (48%) und 101 bis 500 Euro (46%) geschätzt. In der gemeinsamen Betrachtung von Sach- und Geldspenden wurde sichtbar, dass Personen mit einem hohen Sachspendenwert auch statistisch signifikant höhere Geldspenden tätigten.

Es zeigt sich, dass Männer mit 57% eher dazu neigen, Sachspenden zu tätigen, als Frauen mit 46%. Der durchschnittliche Wert der von Frauen geleisteter Sachspenden (221 Euro) liegt jedoch leicht über dem der Männer (208 Euro) (Abbildung 6).

Abbildung 6: durchschnittlicher Wert der Sachspenden nach Geschlecht



n = 427

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

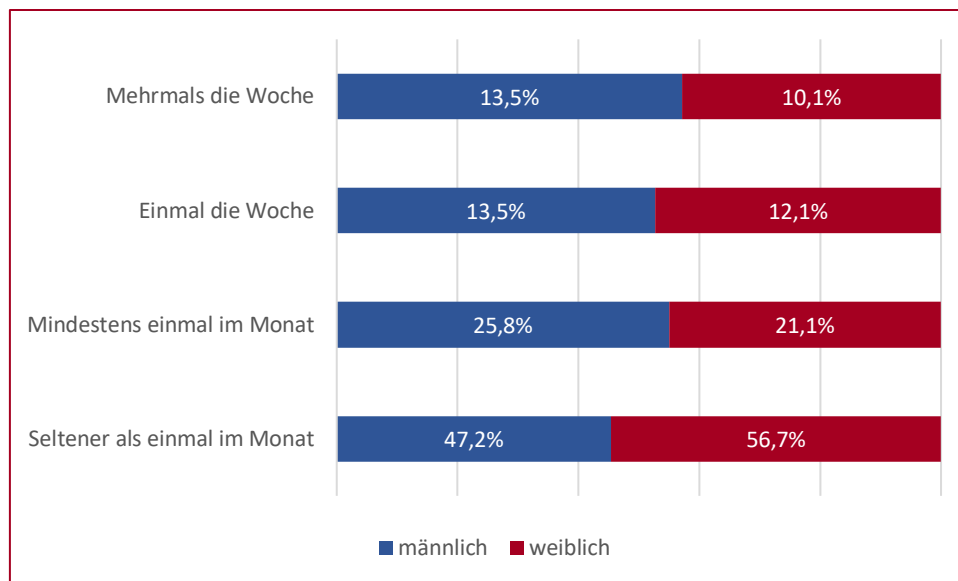
Die Umfrage ergab ferner, dass sich 46% der Befragten bürgerschaftlich engagieren. Dies sind deutlich höhere Werte als die des Deutschen Freiwilligensurveys, der unter den Muslima und Muslimen lediglich 26% bürgerschaftlich Engagierter ausmacht (vgl. Vogel, Hameister 2016: 241). Das ist allerdings kein Widerspruch, denn zwischen den Aktivitäten ‚Engagement‘ und ‚Spenden‘ bestehen enge Zusammenhänge. Engagierte spenden häufiger. Da die vorliegende

⁷ Analog zu den Geldspenden wurden nur Sachspendenbeträge bis 2.000 Euro gezählt, *n* = 427. Inklusive der darüber hinausgehenden Sachspenden lag der Mittelwert bei 231 Euro.

Erhebung nur Spenderinnen und Spender befragte, war zu erwarten, dass der Anteil der Engagierten höher ausfällt.

Die Mehrheit der bürgerschaftlich engagierten Teilnehmenden gaben an, dies seltener als einmal im Monat zu tun. Mindestens einmal in der Woche in Vereinen, Projekten oder Initiativen waren 25% aktiv. Sie sind dabei ähnlich stark vertreten wie Personen, die sich einmal im Monat engagieren (24%).

Abbildung 7: *Umfang des bürgerschaftlichen Engagements in Vereinen, Projekten oder Initiativen, nach Geschlecht*



$n = 468$

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

Während sich Frauen in den Ergebnissen des Freiwilligensurveys seltener bürgerschaftlich engagieren, war die Verteilung zwischen den Geschlechtern unter den Muslima und Muslimen in der Spendenumfrage nahezu identisch (Frauen 47%, Männer 46%). In Abbildung 7 wird jedoch sichtbar, dass sich Männer mit 53% deutlich regelmäßiger (mindestens einmal im Monat) freiwillig engagieren als die weiblichen Umfrageteilnehmerinnen (43%).

2.2.7. Religion und Spendenhöhe

Mit rund 90% war die überwiegende Mehrheit der Befragten Sunniten ($n = 915$). Da die türkische Bevölkerung sich überwiegend zum sunnitischen Islam bekennt und diese auch die weitverbreitetste innerislamische Konfession in Deutschland ist, ist dieses Ergebnis nicht verwunderlich. Die anderen genannten, innerislamischen Konfessionen waren Schiiten, Aleviten, Sufis und andere (zusammen 5,8%, $n = 58$). Vier Personen gehörten einer anderen

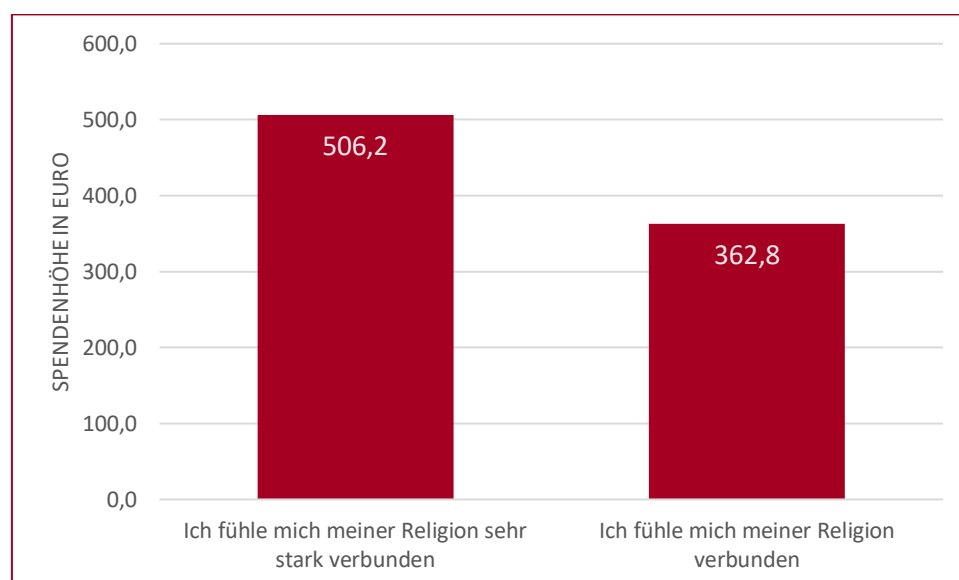
Relionsgemeinschaft als dem Islam an und neun Personen bezeichneten sich als ‚keiner Religionsgemeinschaft zugehörig‘.

Insgesamt waren die meisten der Befragten religiös: Über 95% gaben an, sich (sehr stark) mit ihrer Religion verbunden zu fühlen.⁸

Die Mehrheit der Befragten (45%, n = 455) gab an, wie im Islam vorgegeben mindestens fünfmal am Tag zu beten. Der Rest der Befragten verteilt sich auf 13% (n = 131), die mindestens einmal am Tag beten und 9% (n = 86) die mindestens einmal die Woche beten, sowie Personen, die weniger als einmal die Woche (13%, n = 128) oder nie (13%, n = 126) beten. Zudem gab die Mehrheit der Befragten (42%, n = 422) an, seltener als einmal im Monat eine Moschee oder andere Gottes-/ Gemeindehäuser zu besuchen. 28% (n = 285) gehen mindestens einmal die Woche in die Moschee, 13% (n = 133) einmal im Monat. 10% (n = 102) besuchen nie Moscheen oder Gottes-/Gemeindehäuser.

Die Variablen Verbundenheit zur Religion, Häufigkeit des Betens und Häufigkeit der Besuche in einer Moschee oder andere Gotteshäuser‘ hatten einen statistisch höchst signifikanten Einfluss auf die Spendenhöhe. Muslime, die den Islam praktizieren, spenden häufiger und einen höheren Betrag als Muslime, die sich ihrer Religion nicht so stark verbunden fühlten. Der Unterschied zeigte sich bereits zwischen streng praktizierenden Muslimen, die sich ihrer Religion sehr stark verbunden fühlen und jenen die sich mit ihr ‚nur‘ verbunden fühlen (Abbildung 8).

Abbildung 8: durchschnittliche Spendenhöhe nach Verbundenheit zur Religion



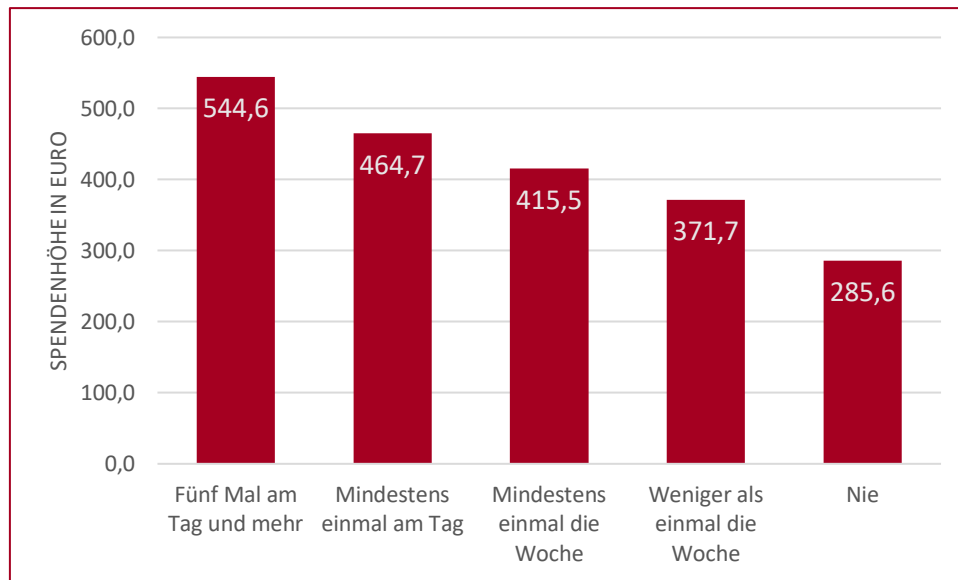
n = 770

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

⁸ Von den sich zum Islam bekennenden Umfrageteilnehmenden und den Personen, die keine Angabe diesbezüglich machen, geben 64% (n = 637) an, sich sehr stark mit ihrer Religion verbunden zu fühlen. Ihnen folgen mit 32% (n = 321), die sich ihrer Religion verbunden fühlen.

Bei der Häufigkeit des Betens (Abbildung 9) zeigt sich ein ähnlicher Zusammenhang: Personen, die fünfmal am Tag und mehr beten ($n = 356$) unterscheiden sich statistisch signifikant von Personen, die weniger als einmal die Woche ($n = 112$) oder gar nicht beten ($n = 113$).

Abbildung 9: durchschnittliche Spendenhöhe nach Häufigkeit des Betens

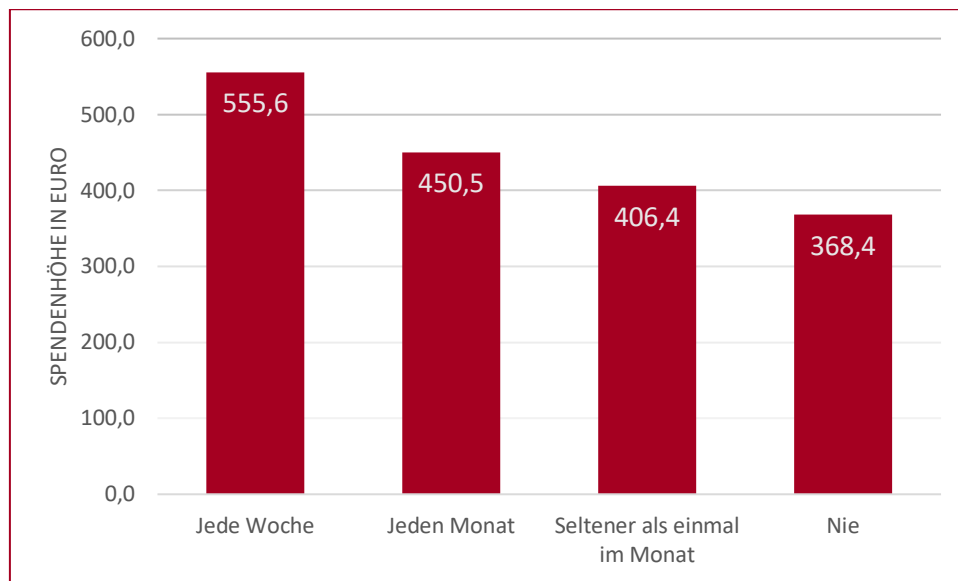


$n = 763$

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

Personen, die sich stärker an den religiösen Vorgaben orientieren und dementsprechend häufiger in die Moschee gehen ($n = 227$), gaben deutlich höhere Spendenbeträge an als Personen, die seltener als einmal im Monat ($n = 345$) oder gar nicht ($n = 86$) in die Moschee gehen (Abbildung 10). Wie bei christlichen Kirchenbesuchern und deren Kollekten bieten Moscheen gute Gelegenheitsstrukturen zum Spenden, weshalb wohl auch regelmäßige Moscheegänger mehr spenden.

Abbildung 10: durchschnittliche Spendenhöhe nach Besuchen in der Moschee oder anderen Gotteshäusern



n = 772

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

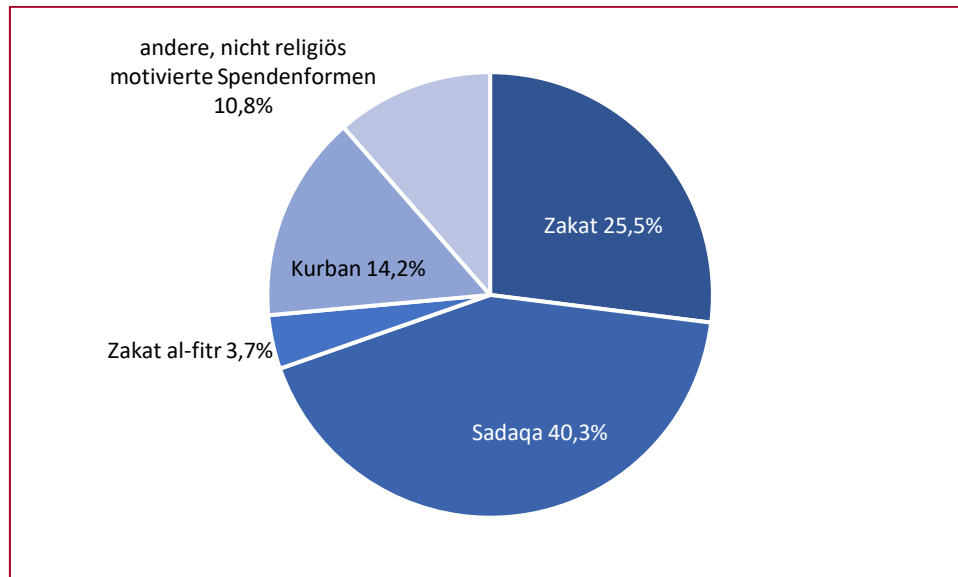
Religiosität hat somit auch im Islam einen hohen Einfluss auf die Spendenhöhe. Wie in Vergleichsstudien zu christlichem Spendenverhalten spenden Befragte, die den Islam praktizieren, mehr und häufiger. Personen, die sich stärker mit ihrer Religion identifizieren und sich an der Lehre (fünf-maliges tägliches Beten und wöchentlicher Moscheebesuch) orientieren, spenden mehr als Personen, die weniger am religiösen Leben beteiligt sind und deren Identifikation mit dem Glauben geringer ist. Diese fühlen sich offenkundig weniger motiviert, auf Grundlage religiöser Pflichten oder Verantwortlichkeiten für wohltätige Zwecke zu spenden.

Betrachtet man den Zusammenhang von Geschlecht, religiösen Einstellungen und Spendenverhalten zeigt sich: Frauen beten nicht nur häufiger als Männer, sondern gehen auch regelmäßiger in die Moschee oder andere Gotteshäuser. Sie orientieren sich mehr an den religiösen Vorgaben des Islams. 54% der Frauen gaben an, jede Woche in die Moschee oder in andere Gotteshäuser zu gehen, bei den männlichen Umfrageteilnehmenden waren das hingegen nur 10%. Seltener als einmal im Monat gehen 55% der Männer, bei Frauen nur 24%. Gar nicht in religiöse Gotteshäuser gehen 15% der Männer und 3% der Frauen.

Da ein hoher Einfluss der Religiosität auf die Spendenhöhe als Hypothese angenommen wurde, wurden auch Fragen zur Wahrnehmung von *Zakāt* und *Sadaqa* als Pflicht oder freiwillige Spende gestellt und in der Auswertung gesondert mit anderen Einflussgrößen verglichen und korreliert.

Wie in Abbildung 11 dargestellt, gab die Mehrheit der Befragten an, am häufigsten im Rahmen von *Sadaqa* (40%) zu spenden, gefolgt von *Zakāt* (25%), *Kurban* (14%) und anderen, nicht religiös motivierten Spendenformen (11%).

Abbildung 11: *Religiös bedingter Spendenanteil*

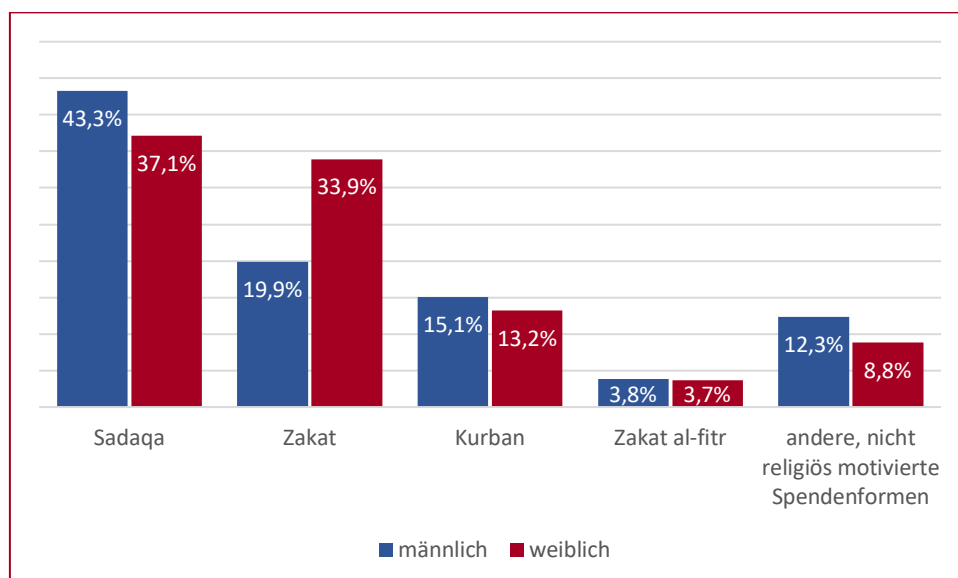


$n = 985$

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

Männer spenden dabei häufiger im Rahmen von *Sadaqa* (43%) als die befragten Frauen mit 37%. Frauen spenden dementsprechend im Vergleich zu Männern (20%) deutlich häufiger im Kontext von *Zakāt* (34%) (Abbildung 12).

Abbildung 12: *Religiös bedingter Spendenanteil nach Geschlecht*

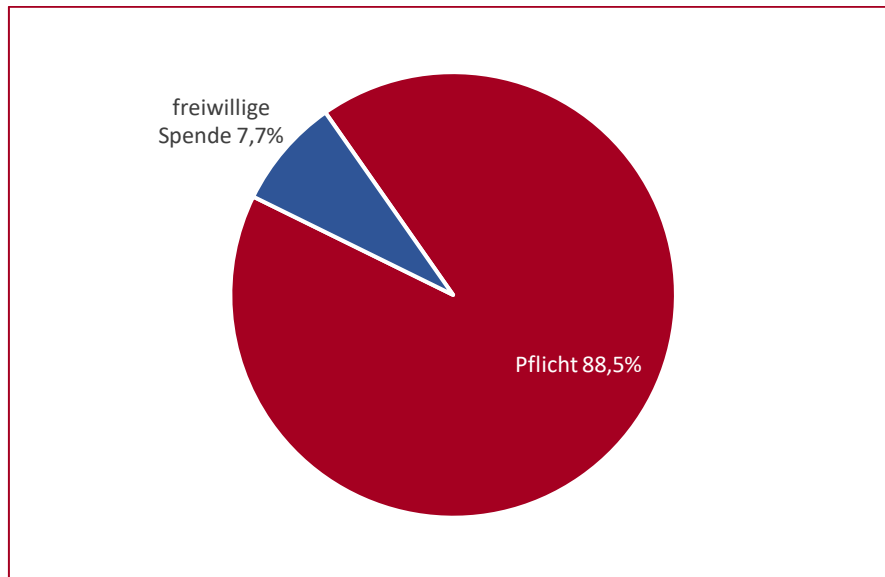


$n = 985$

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

Der *Zakāt* wird dabei von der Mehrheit der Befragten (90%) als religiöse Pflicht wahrgenommen. Lediglich 8% empfinden *Zakāt* als freiwillige Spende. Zwischen den Geschlechtern zeigten sich dabei keine gravierenden Unterschiede (Abbildung 13).

Abbildung 13: *Zakāt: freiwillige Spende oder religiöse Pflicht*



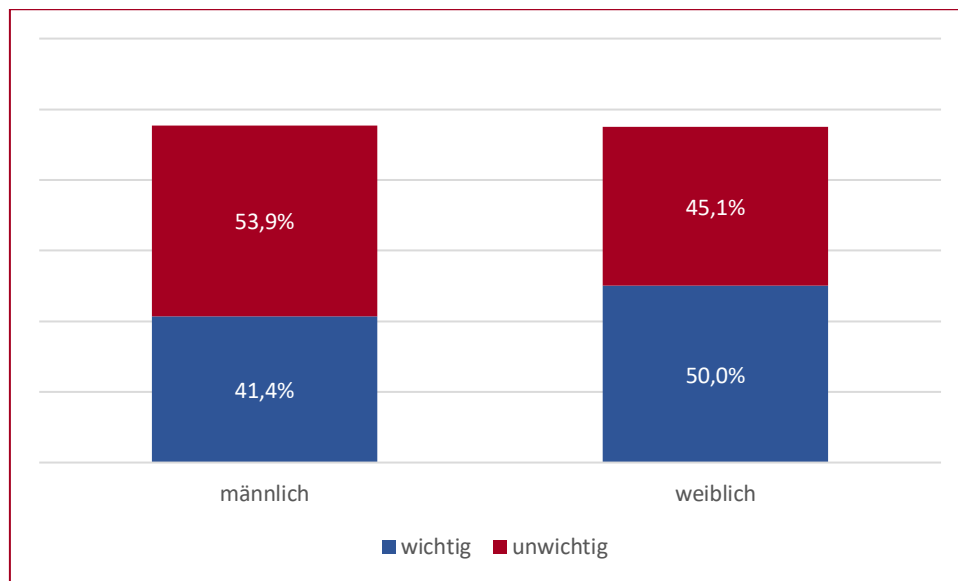
n = 999

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

Das Hauptmotiv des Spendens (s.u.) basiert entsprechend bei den meisten der Befragten in religiösen Beweggründen.

Mit einer leichten Mehrheit (49%) gaben die Umfrageteilnehmenden an, dass es ihnen eher unwichtig ist, dass die getätigte Spende einer Person der eigenen Religionsgemeinschaft zugutekommt. Dem gegenüberstehend erachten 44% es für wichtig. Wie in Abbildung 14 ersichtlich sind es vor allem Frauen, denen es wichtiger ist, dass ihre Spende einer Person der eigenen Religion zugutekommt (50%, im Vergleich zu Männern: 41%).

Abbildung 14: Wichtigkeit, dass die Empfänger und Empfängerinnen selbst Muslime sind, nach Geschlecht



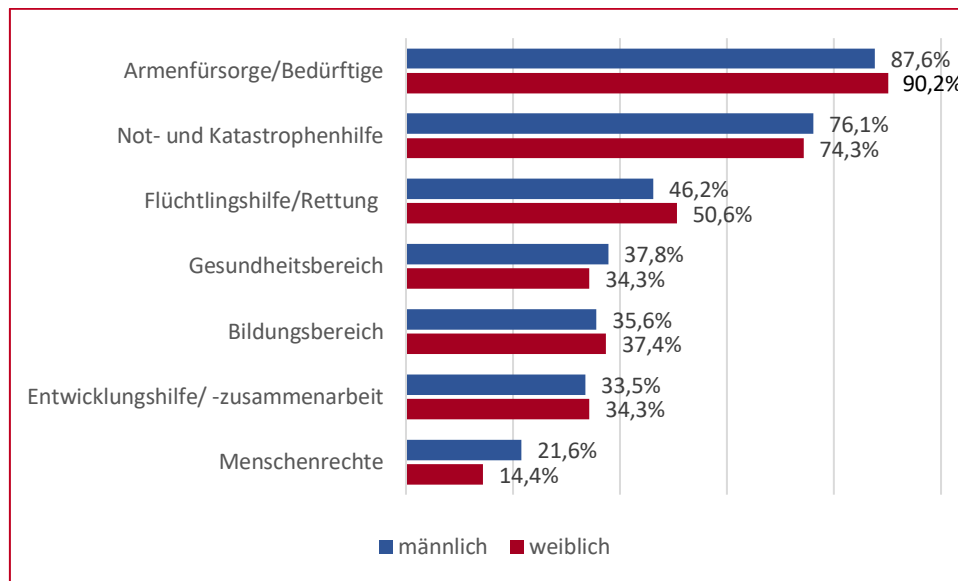
n = 987

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

2.2.8. Spendenziele

Neben der Spendenhöhe wurden die an der Umfrage Teilnehmenden auch zu den Spendenzielen (Themen und Personengruppen, die mit der Spende erreicht werden sollen) befragt. Der Großteil aller Befragten spendet demnach für die Armenfürsorge und Bedürftige, gefolgt von der Not- und Katastrophenhilfe (75%) und der Geflüchtetenhilfe und Rettung (48%). Außerdem spenden die Umfrageteilnehmenden mit je 36% für den Bildungsbereich und den Gesundheitsbereich, sowie für Entwicklungshilfe und -zusammenarbeit (34%). Zwischen den Geschlechtern zeigen sich dabei nur wenige Unterschiede. Während lediglich 14% Frauen für den Bereich der Menschenrechte spenden, wurde dieser Bereich bei den Männern mit 22% etwas häufiger genannt (Abbildung 15).

Abbildung 15: Auswahl an Themenbereiche für die gespendet wird, nach Geschlecht



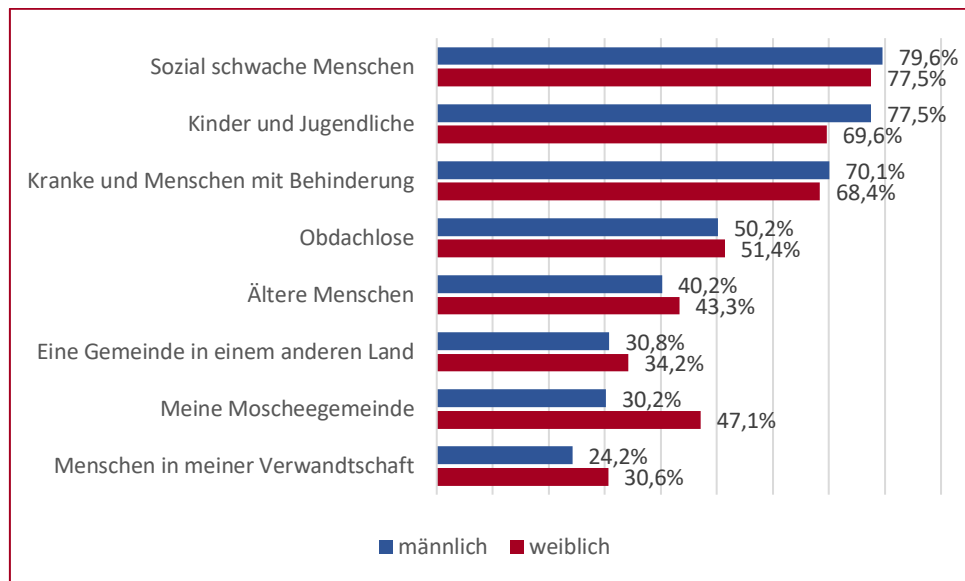
n = 1012, Mehrfachnennung möglich

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

In der Umfrage zeigt sich, dass die humanitäre Hilfe – dabei vor allem die Not- und Katastrophenhilfe – ähnlich stark vertreten ist wie in der GfK-Studie "Bilanz des Helfens" (siehe Kapitel 1.4). Unterschiede werden hinsichtlich der Geflüchtetenhilfe und Rettung sichtbar. Während nur 3% der in Deutschland lebenden Gesamtheit für diesen Themenbereich spenden, macht dies unter den befragten Muslimen insgesamt 12% aus. Dies kann unter anderem damit erklärt werden, dass oft die Befragten selbst oder Bekannte aus ihrem Nahbereich Fluchterfahrungen gemacht haben. Des Weiteren könnte die Religionszugehörigkeit der Geflüchteten eine Rolle spielen, da viele aus muslimisch geprägten Ländern stammen, also in Solidarität mit der gemeinsamen Religion gespendet wird.

Bezüglich der Personengruppen, die mit der Spende unterstützt werden sollen, nennen die Umfrageteilnehmenden hauptsächlich sozial schwache Menschen (79%), gefolgt von Kindern und Jugendlichen (74%), kranken Menschen und Menschen mit Behinderung (69%) sowie Obdachlose (51%). Zwischen den Geschlechtern (Abbildung 16) fällt vor allem auf, dass Frauen mit 47% häufiger für ihre Moscheegemeinde spenden als Männer (30%). Für die anderen Gruppen, wie Kinder und Jugendliche spenden beide Geschlechter etwa gleich viel (M 77%, W 70%).

Abbildung 16: Auswahl an Personengruppen für die gespendet wird, nach Geschlecht



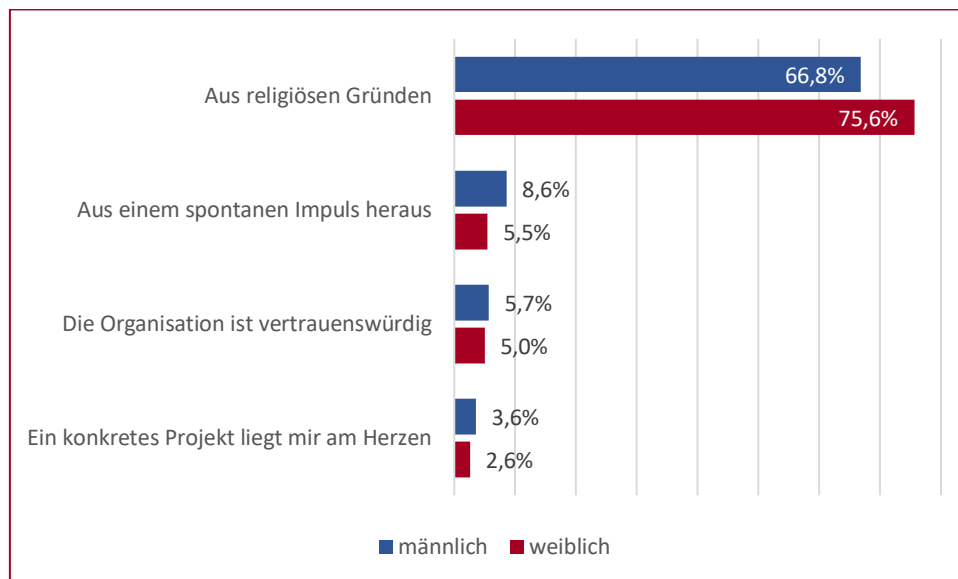
n = 1000, Mehrfachnennung möglich

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

2.2.9. Beweggründe und Motive des Spendens

Gefragt nach ihren Beweggründen und Motiven des Spendens gab die Mehrheit der Befragten als wichtigstes Motiv religiöse Beweggründe (70%) und als zweitwichtigstes Mitgefühl mit anderen Menschen (55%) an. Durch das Spenden, "etwas Sinnvolles tun zu wollen" wird von knapp 15% als Motiv genannt. Lediglich 7% geben an, aus einem spontanen Impuls heraus gespendet zu haben und 5%, weil sie die Organisation als besonders vertrauenswürdig empfunden haben. Frauen (76%) geben dabei deutlich häufiger als Männer (67%) an, aus religiösen Beweggründen zu spenden (Abbildung 17).

Abbildung 17: Wichtigste Motivation des Spendens nach Gesamt und Geschlecht

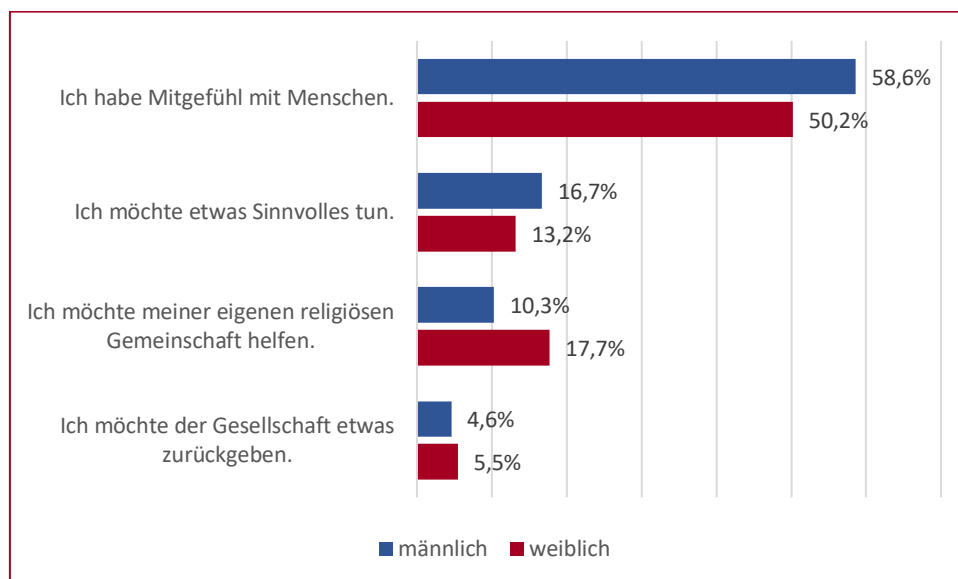


n = 1000.

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

Abbildung 18 zeigt, dass männliche Umfrageteilnehmer häufiger ‚Mitgefühl‘ als wichtigsten Grund aufführen (59%), während nur 50% Frauen diesen angeben. Auch geben Sie mit 18% etwas jedoch häufiger an, mit ihrer Spende ihrer eigenen religiösen Gemeinschaft helfen zu wollen.

Abbildung 18: Wichtigster Grund des Spendens nach Gesamt und Geschlecht



n = 1012

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

2.2.10. Spendenformen

Für die organisierte Zivilgesellschaft sind Spenden eine der wichtigsten Finanzierungsquellen. Von daher war es interessant zu erfahren, wie viele Spenderinnen und Spender direkt an Bedürftige gespendet haben und wie viele die Mittlerfunktion einer Organisation in Anspruch genommen haben.

Die weit überwiegende Anzahl der Spenden wurde von den Befragten indirekt über eine Organisation als Mittler geleistet (90%). Dies ist nicht verwunderlich, da hier Spenderinnen und Spender einer Organisation befragt wurden, dennoch gaben die Hälfte der Befragten an, auch direkt an bedürftige Personen zu spenden. Für ein konkretes Projekt spenden 41% und direkt an Familienmitglieder 21%. Männer spenden mit 52% dabei häufiger direkt an bedürftige Personen als Frauen (45%). Dafür spenden Letztere mit 94% häufiger als Männer (88%) indirekt über Organisationen (Tabelle 3).

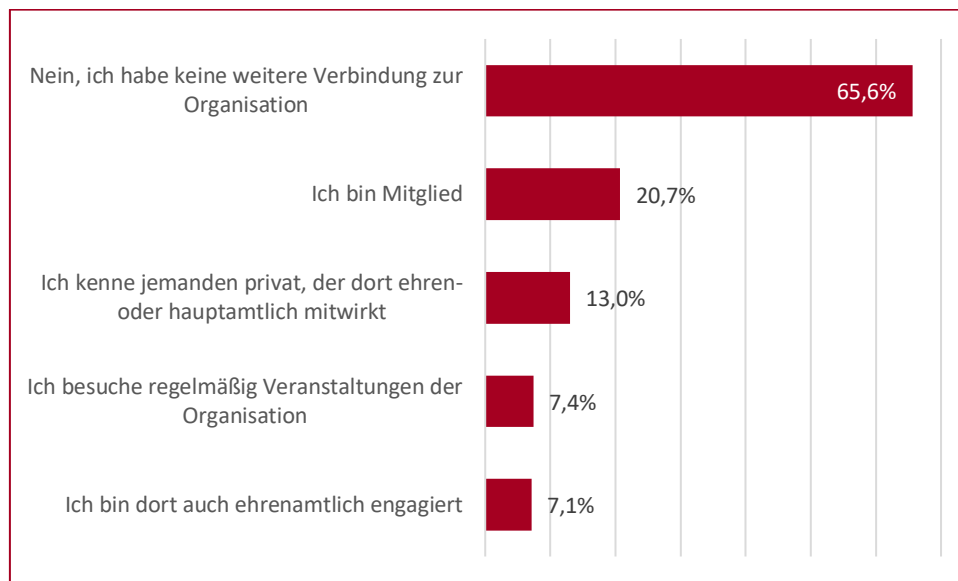
Tabelle 3: direkte und indirekte Spende nach Gesamt und Geschlecht

	Gesamt	männlich	weiblich
	in Prozent		
Direkt an bedürftige Personen	49,0	51,9	45,0
Direkt an Familienmitglieder	21,1	21,5	20,1
An Organisationen	90,2	88,1	93,8
An Projekte	40,9	41,9	40,0
Keine Angabe	,4	,0	,7
Gesamt	2041	582	418
a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.			

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung, Schrader 2020.

Die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden (67%) gab an, dass sie, wenn sie über eine Organisation als Mittler spenden, darüber hinaus keine weiteren Verbindungen zu dieser haben (also etwa Mitglied dort sind). Lediglich 21% sind auch Mitglieder in den Organisationen, und 13% kennen privat jemanden, der ehrenamtlich für die Organisationen tätig ist. 7% sind selbst ehrenamtlich dort aktiv (Abbildung 19). Zwischen den Geschlechtern kann kein Unterschied festgestellt werden.

Abbildung 19: *Verbindung zur Organisation für die Gependet wird.*

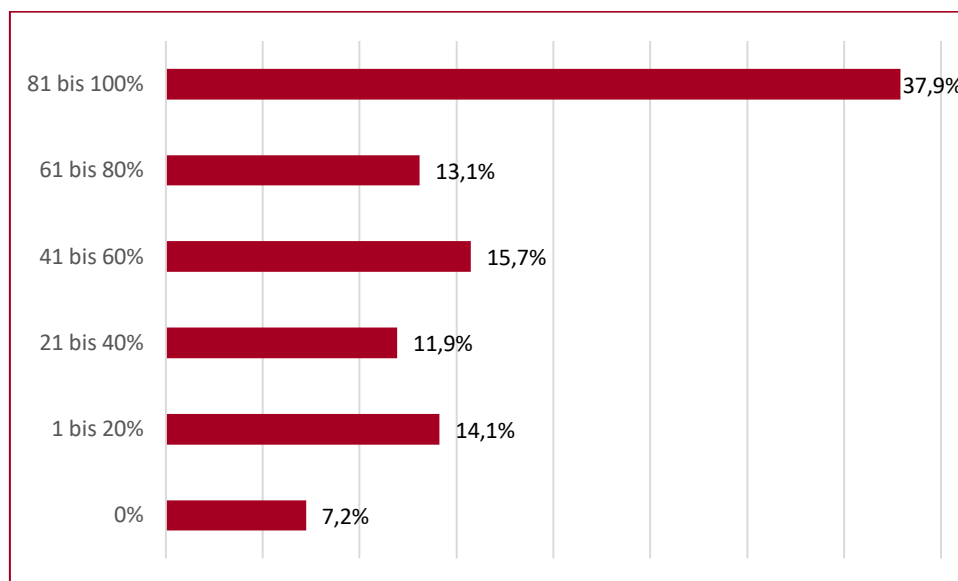


n = 913, Mehrfachnennung möglich

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

Die Teilnehmer wurden auch gefragt, inwiefern es wichtig für sie sei, dass die Spenden im Nahraum und in Deutschland direkt eingesetzt werden. Wie in Abbildung 20 ersichtlich wird überwiegt an Organisationen oder Personen gespendet, die in Deutschland Spenden sammeln, unabhängig davon, ob sie diese in Deutschland oder im Ausland für Projekte einsetzen. Dem gegenüber steht jedoch auch knapp ein Drittel der Befragten, die 60% und mehr ihrer Spenden direkt an Organisationen im Ausland spenden. Zwischen den Geschlechtern lassen sich hier nur geringe Unterschiede feststellen.

Abbildung 20: *prozentualer Anteil des Spendenvolumens (Geld- und Sachspenden) der an Organisationen oder Personen in Deutschland geht*

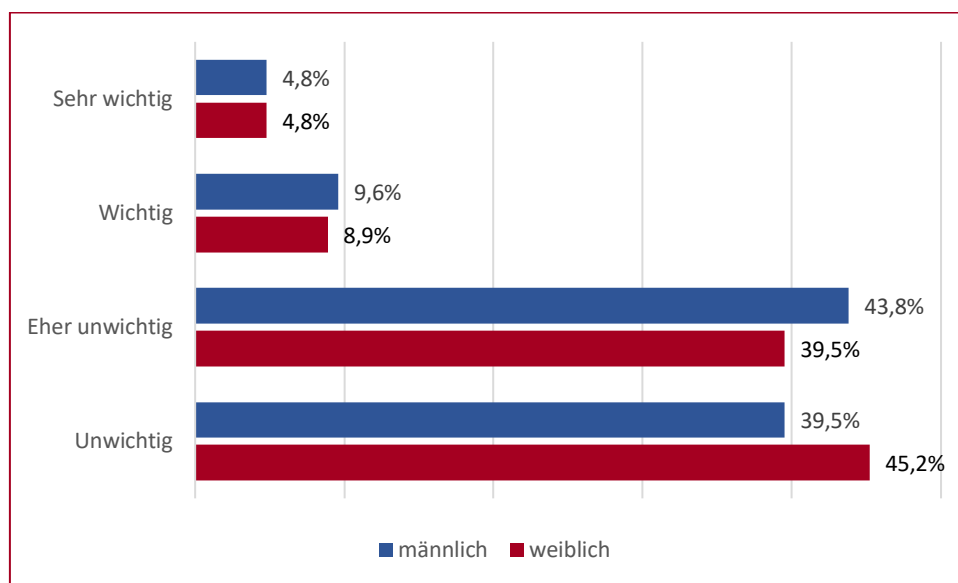


n = 871

Datenbasis: Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.

Den wenigsten Spendern ist es wichtig, dass ihre Spende in Deutschland eingesetzt wird. So gaben 84% an, dass es unwichtig oder eher unwichtig für sie sei. Lediglich 9% halten es für wichtig und 5% für sehr wichtig, dass ihre Spende für Zwecke in Deutschland eingesetzt wird. Dies deckt sich mit den Ergebnissen, dass 91% der Befragten zuletzt für ein Projekt im Ausland gespendet haben, vor allem in der Katastrophen- und humanitären Hilfe. Es fällt auf, dass es Frauen weniger wichtig erscheint, dass ihre Spende für Zwecke in Deutschland eingesetzt wird. Sie geben mit fast 6% häufiger an, dass es ihnen unwichtiger sei als den männlichen Umfrageteilnehmenden (Abbildung 21).

Abbildung 21: *Wichtigkeit, dass das gespendete Geld für Zwecke in Deutschland verwendet wird*



$n = 1000$

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

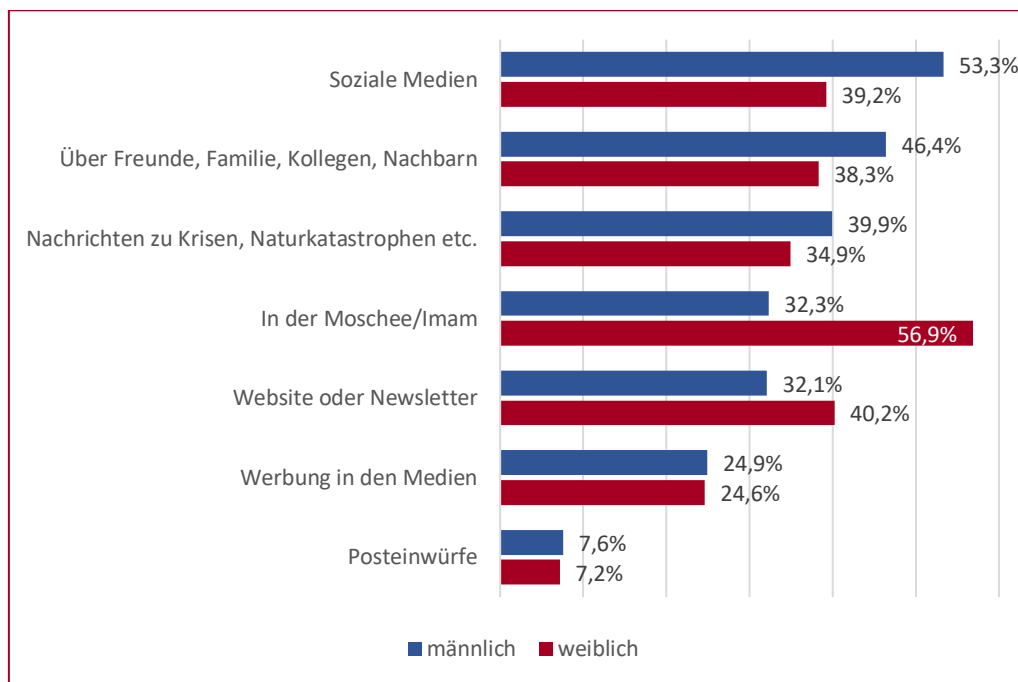
2.2.11. Wissenswertes für die Organisationskommunikation

Über die Antworten zur Ansprache wird klar, dass sowohl die Kommunikation über neue, digitale Wege insbesondere soziale Medien, aber auch den Webauftritt der Organisationen als auch der klassische Weg der Spendenanfrage über Freunde und Bekannte sowie den Moscheegemeinden genutzt werden sollten.

Überwiegend wurden die Umfrageteilnehmenden über soziale Medien auf die Möglichkeit des Spendens aufmerksam (47%). Aber auch der Nahbereich, wie Familie, Freunde, Kollegen, etc. (43%) sowie der Imam bzw. Informationen in der Moschee (42%) werden von den Befragten verhältnismäßig oft genannt. Während traditionelle Kommunikationswege für Spendenorganisationen, wie z.B. Posteinwürfe (7%) oder Spendenveranstaltungen (17%) relativ wenig Resonanz erzeugen, sind Newsletter und Internetseiten nach wie vor für 35% interessante

Kommunikationswege, um auf Spenden aufmerksam zu werden. 38% führten zudem an, dass sie durch Berichterstattung und Nachrichten in den Medien, bspw. bei Naturkatastrophen, auf die Möglichkeit des Spendens aufmerksam wurden, während direkte Werbung der Organisationen in den Medien nur bei 25% zu Spenden führten. Abbildung 22 zeigt die Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Während Frauen am häufigsten (57%) in der Moschee bzw. durch den Imam auf das Spenden aufmerksam gemacht werden konnten, funktionierte bei den Männern die Ansprache über die sozialen Medien stärker.

Abbildung 22: *Kommunikationswege, um auf das Spenden aufmerksam zu werden, nach Geschlecht*

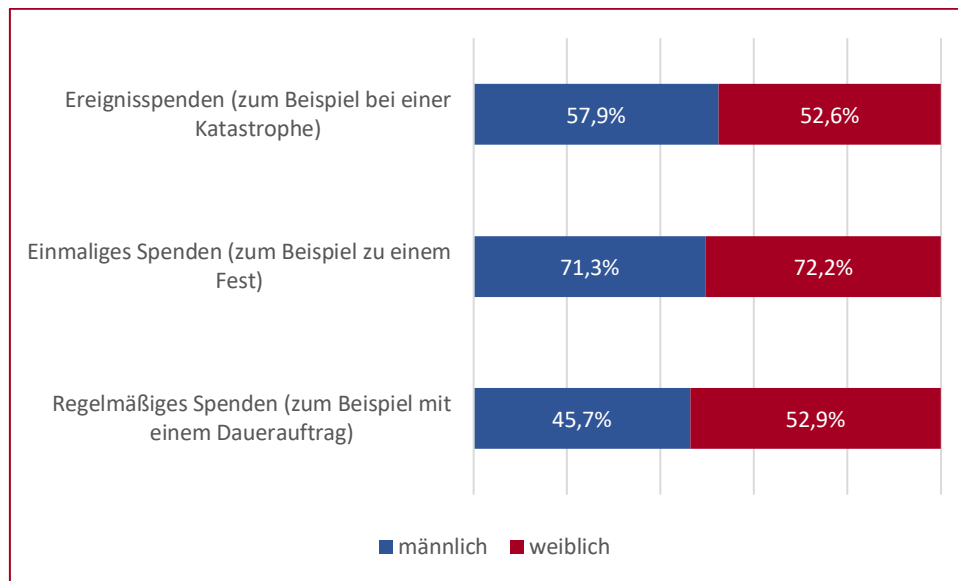


$n = 1012$, Mehrfachnennung möglich

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

Die Mehrheit (71%) der Befragten gab an, dass sie überwiegend einmalig bspw. zu einem Fest spenden. Ereignisspenden, wie nach einer Katastrophe, tätigen 56% und regelmäßig bspw. mit einem Dauerauftrag spenden 49% der Befragten. Auffällig ist hierbei, dass Frauen eher dazu neigen, regelmäßig zu spenden, während Männer häufiger Ereignisspenden tätigen (Abbildung 23).

Abbildung 23: Regelmäßiges oder Einmaliges Spenden

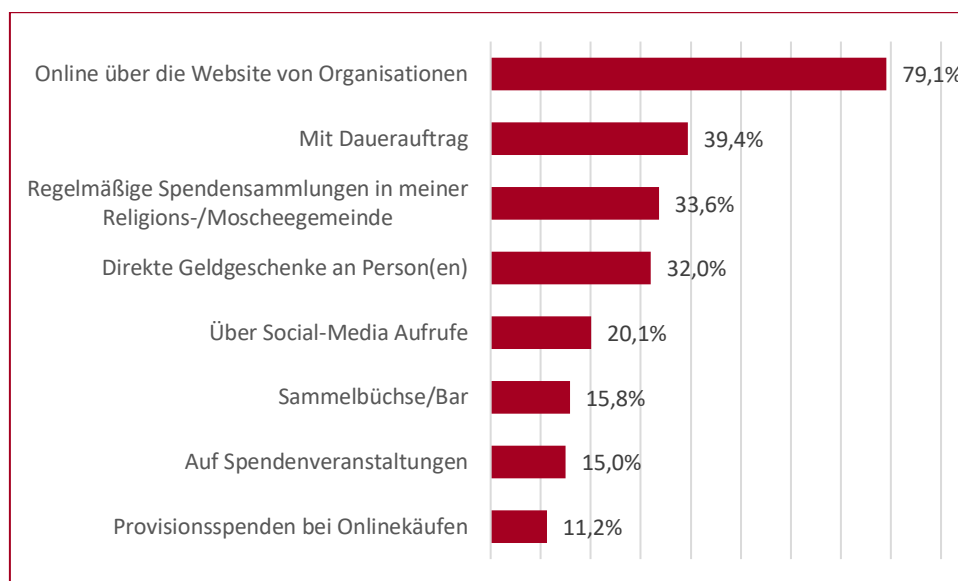


n = 1000, Mehrfachnennung möglich

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020*, eigene Darstellung.

Am häufigsten wird über die Internetseite einer Organisation direkt gespendet (79%). 39% gaben jedoch auch an, dass sie regelmäßig mittels eines Dauerauftrages spenden. Bei regelmäßigen Spendensammlungen in der Religions- oder Moscheegemeinde spenden 34% der Befragten; 32% spenden direkt mit Geldgeschenken an Personen. Lediglich 20% spenden über Social-Media-Aufrufe und jeweils knapp 15% in Sammelbüchsen mit Bargeld und auf Spendenveranstaltungen (Abbildung 24).

Abbildung 24: Spendenwege

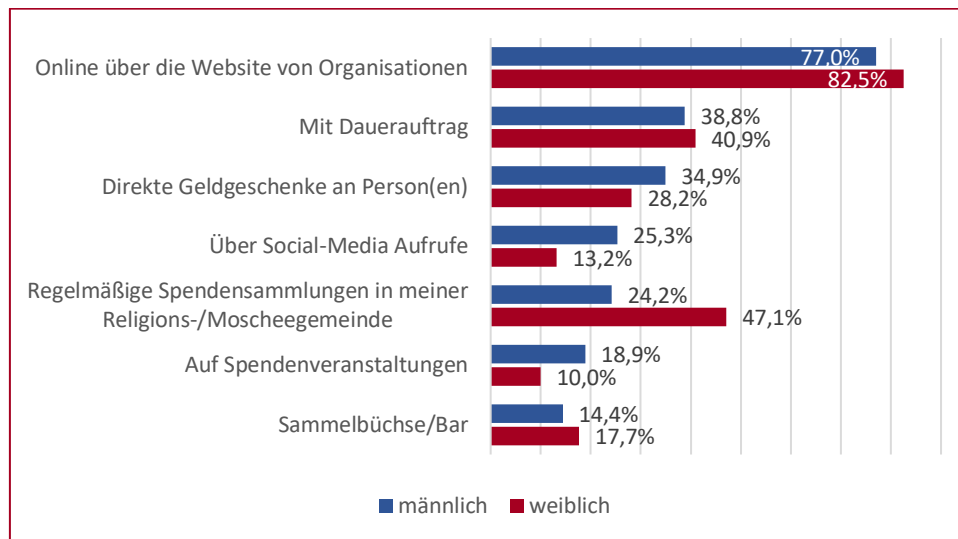


n = 1000, Mehrfachnennung möglich

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020*, eigene Darstellung.

Ähnlich den Antworten auf die Frage, wie sie auf die Möglichkeit des Spendens aufmerksam wurden, wird die tatsächlich getätigte Spende von Frauen (47%) bei regelmäßigen Spendensammlungen in der Religions- oder Moscheegemeinde getätigt oder der Spendenweg über den Internetauftritt einer Organisation wird genutzt; Männer spenden häufiger über Social-Media Aufrufe (25%), auf Spendenveranstaltungen (19%) und direkt mit Geldgeschenken an Personen (35%) (Abbildung 25).

Abbildung 25: Spendenwege nach Geschlecht



$n = 1000$, Mehrfachnennung möglich

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020*, eigene Darstellung.

Die Umfrageteilnehmenden waren mit den Angeboten der (Spenden-) Organisationen größtenteils zufrieden. Gefragt, unter welchen Umständen sie bereit wären, mehr zu spenden (*Bei welchen Veränderungen in Ihrem Leben wären Sie bereit, mehr zu spenden als bisher?*), wünschte sich rund die Hälfte der Befragten mehr Informationen und eine bessere Kommunikation von Organisationen oder interessantere Projekte. Eine verbesserte Transparenz und mehr Kontrolle über den Einsatz der Spende wäre für 39% ein Anlass, etwas mehr zu spenden, 31% würden dann sogar viel mehr spenden. Vor allem aber würde eine Verbesserung der individuellen finanziellen Situation, etwa durch eine Erbschaft oder ein höheres Einkommen, den Großteil der Befragten zu mehr spenden veranlassen (Tabelle 4).

Tabelle 3: Bei welchen Veränderungen in Ihrem Leben wären Sie bereit, mehr zu spenden als bisher?

Veränderung	hätte keinen Einfluss	würde etwas mehr spenden	würde viel mehr spenden	keine Angabe/ trifft nicht zu
	in Prozent			
Ein höheres Einkommen	7,4	25,5	65,8	1,3
Einfachere Wege zu spenden	64,6	22	9,6	3,8
Mehr Informationen/bessere Kommunikation von Organisationen	47,1	35,5	13,7	3,7
Mehr interessante Projekte	49,3	34,9	11,1	4,7
Eine höhere Kontrolle wofür die Spende genutzt wird	28,1	38,6	31,1	2,2
Öfters um eine Spende gebeten zu werden	68,3	23,3	4,6	3,8
Verbesserung der wirtschaftlichen Situation durch Erbschaft, Schenkung	19,9	29,1	47,1	4
Eine Veränderung der familiären Situation, wie z.B. Heirat, Geburt eines Kindes	51,4	31,5	12,5	4,6

n = 1012

Datenbasis: *Muslimisches Spenden 2020, eigene Darstellung.*

2.3. Fazit

Im Gegensatz zu den katholischen und evangelischen Kirchen stellt der Islam eine der wenigen wachsenden Religionsgemeinschaften in Deutschland dar. Bisher lagen jedoch nur sehr wenige Kenntnisse darüber vor, wie Muslime in Deutschland spenden, welche Motive für sie wichtig sind und für welche Menschen und Ziele sie spenden. Studien aus Großbritannien legten zwar nahe, dass Muslime überdurchschnittlich viel und im Nahraum spenden. Ob dies auch für Deutschland gilt, war aber mangels entsprechender Daten völlig unklar. Aus der Spendenforschung war andererseits bekannt, dass praktizierende Gläubige mehr spenden als nicht praktizierende oder Konfessionslose.

Im Ergebnis der Erhebung des Maecenata Instituts in Zusammenarbeit mit Islamic Relief zeigt sich, dass die befragten Muslime im Vergleich mit anderen Spendendaten höhere Beträge spenden als der Durchschnitt. Die Motive zum Spenden lagen vor allem in der islamisch-theologischen Weisung zur Wohltätigkeit der Gläubigen. Die institutionalisierte Spendenform des *Zakāt* wird von den meisten Befragten nicht als freiwillige Spende, sondern als religiöse Pflichtabgabe verstanden. Gleichwohl werden vom größten Teil der Befragten über den *Zakāt* hinaus weitere Geld und Sachspenden geleistet. Die Mehrheit der Befragten gab sogar an, den größten Anteil ihrer Spende im Rahmen des *Sadaqa* zu leisten.

Eine starke Religiosität (gemessen an der Verbundenheit zur Religion, fünf-maligem Beten und wöchentlichen Moscheebesuchen) hat einen signifikanten Einfluss auf die Spendenhöhe. Demnach spenden Muslime, die sich selbst stärker mit dem Islam identifizieren und sich strenger an den religiösen Lehren und Vorgaben orientieren, mehr. Als Hauptmotiv der Spende wurden von den Befragten vor allem die religiösen Überzeugungen genannt. Auch die Angaben darüber, wie die Befragten auf die Notwendigkeit und Möglichkeiten des Spendens aufmerksam geworden sind, stehen teilweise im Kontext der Religion. Neben sozialen Medien und dem persönlichen Nahbereich (Freunde, Familie, etc.), gaben die Befragten die Moschee bzw. den Imam an.

Die älteren Teilnehmenden spenden häufiger höhere Beträge als die jüngeren, Spenderinnen und Spender mit höherem Einkommen spenden höhere Beträge als die Personen mit niedrigem Einkommen, wobei viele trotz geringerem Einkommen häufiger mittlere Beträge zwischen 101 bis 500 Euro spenden als Kleinbeträge bis zu 100 Euro. Auch das Geschlecht spielt eine Rolle: Frauen spenden höhere Beträge und durchschnittlich mehr als Männer.

Die Spenden sollen nach Angabe der Befragten hauptsächlich sozial schwachen Menschen, Kindern und Jugendlichen, sowie kranken Menschen und Menschen mit Behinderung zugutekommen. Gespendet wird vor allem im Bereich der Armenfürsorge, sowie der humanitären Hilfe (vor allem der Not- und Katastrophenhilfe). Unterschiede sind hinsichtlich der Geflüchtetenhilfe erkennbar. Hierfür gaben muslimische Spenderinnen und Spender deutlich mehr als die in Deutschland lebende Gesamtheit. Eigene Fluchterfahrungen bzw. Solidarität mit den häufig aus muslimisch geprägten Ländern stammenden Geflüchteten dürften hier ursächlich sein.

Durch die offenen Fragen konnten die Resultate teilweise tiefergehend erklärt werden: Durch das Spenden an Personen der eigenen Religionsgemeinschaft wird beispielsweise häufig versucht, der eigenen religiösen Gemeinschaft strategisch zu helfen und eine Verbesserung der sozialen Lage der Muslime in der Welt zu bewirken. So schilderte ein Umfrageteilnehmer in einer offenen Frage, dass sich aktuell sehr viele militärische Konflikte in islamischen Ländern ereigneten, und ihn die dadurch ausgelösten Notsituationen für viele der Menschen dort zum Spenden animiert hätten. Der Umfrageteilnehmer verstand sich dabei als Teil der *Ummah*, wodurch er sich durch die Not anderer Muslime seiner Glaubensgemeinschaft selbst betroffen fühlte. Dieses Verhalten für die eigene identitätsstiftende Gemeinschaft beinhaltet eine Reziprozitätsverpflichtung gegenüber allen Muslimen. Die Spende wird dabei in einen größeren Kontext gestellt und in unterschiedlicher solidarischer Form über einen größeren Zeitraum hinweg von anderen Muslima und Muslimen erwidert. Da die Umfrage in erster Linie quantitativ und mit geschlossenen Fragen angelegt war, zeigt dieses Beispiel, dass u.a. eine weitergehende tiefenanalytische Forschung mit qualitativen Interviews wünschenswert ist.

Für gemeinnützige Organisationen, die Spenderinnen und Spender ansprechen wollen, ist gut zu wissen: Sowohl die Ansprache in klassischen Formen – vor Ort und über Freunde und Bekannte – als auch Formen des Online-Fundraisings sind mittlerweile erfolgreich. Für Spenderinnen und Spender, die nach Informationen suchen, sind die Homepages der Organisationen bzw. die der Spendenplattformen die primären Quellen. Vor allem Männer werden jedoch auch erfolgreich über die sozialen Medien angesprochen, was eine zielgruppenorientierte Ansprache in unterschiedlichen Kanälen plausibel macht.

Die fehlende einheitliche Vertretungsstruktur und die ausdifferenzierte muslimische Zivilgesellschaft in Deutschland bringen einige Probleme mit sich. Anstelle einer einheitlichen Interessensvertretung, die auch die Spendenakquise organisiert und an ihre Mitgliedsvereine weiterleitet, gab es viele einzelne Organisationen, bspw. in der muslimischen Wohlfahrtspflege, die eigenständig um Kleinstspenden werben, aber keine großen Kampagnen durchführen können. Während christliche Kirchengemeinden über die Kirchensteuer finanziert werden, sind ähnliche Strukturen für den Islam in Deutschland nicht gegeben. Aktuelle Debatten über die Einführung einer Moscheesteuer oder die Verwendung des *Zakāt* als Sozialsteuer zur Finanzierung der muslimischen Zivilgesellschaft werden geführt, sind aber noch nicht umgesetzt (vgl. Schuler 2018). Die fehlende Finanzierungssicherheit unterstreicht insofern die besonders hohe Bedeutung kontinuierlichen Spendens für die islamischen zivilgesellschaftlichen Organisationen.

Verzeichnisse

2018	Nr. 121	Based on Need alone? Impartiality in humanitarian action <i>Martin Quack</i>
	Nr. 122	The Role of Civil Society in the Tunisian Transformation Process <i>Simon Rothers</i>
2019	Nr. 123	Weltwärts im Kontext I - Der entwicklungspolitische Freiwilligendienst im nationalen und internationalen Vergleich <i>Benjamin Haas, Sonja Richter</i>
	Nr. 124	Weltwärts im Kontext II - Der entwicklungspolitische Freiwilligendienst im Vergleich zu staatlichen Instrumenten der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit <i>Sonja Richter, Benjamin Haas</i>
	Nr. 125	Zur nichtfinanziellen Berichterstattung aus NPO-Perspektive Überlegungen zu den Folgen der Reform der Rechnungslegung gewinnorientierter Unternehmen und erste Befunde aus der Praxis <i>Josef Baumüller</i>
	Nr. 126	En quoi se constitue le pouvoir de la société civile? Une analyse sur la base de l'exemple de l'économie collaborative <i>Julia Dreher</i>
	Nr. 127	Stiftungen als Schulträger <i>Rupert Graf Strachwitz</i>
	Nr. 128	Shrinking Space of Civil Society <i>Karen Ayvazyan</i>
	Nr. 129	Where does German Humanitarian Assistance stand? Wo steht die deutsche humanitäre Hilfe? <i>Ralf Südhoff & Sonja Hövelmann - Centre for Humanitarian Action</i>
	Nr. 130	Colombia's Negative Peace. A Challenge for Civil Society? <i>Wolfgang Chr. Goede</i>
	Nr. 131	Die Kirche auf dem Weg in die Zivilgesellschaft Teil 1: Text <i>Henning von Vieregge</i>
	Nr. 132	Die Kirche auf dem Weg in die Zivilgesellschaft Teil 2: Materialien <i>Henning von Vieregge</i>
	Nr. 133	The King, Religion, the State, and Civil Society in Morocco: Can Think Tanks Help? <i>Hind Arroub</i>
	Nr. 134	Civil society and Democratisation in the Eastern Partnership Countries: A Shrinking Space index <i>Karen Ayvazyan</i>
2020	Nr.135	Der Kampf gegen Geldwäsche, Steuerhinterziehung und Terrorismus. Was haben Stiftungen damit zu tun? <i>Rupert Graf Strachwitz</i>
	Nr.136	Tandems of lay experts and academic experts. How new civil societal collaboration models enhance societal transformation <i>Wolfgang Chr. Goede</i>
	Nr.137	Der effektive Altruismus als neue Größe auf dem deutschen Spendenmarkt <i>Julia Selle</i>
	Nr. 138	Bürgerliche Stiftungen im Sozialismus Die Peter-Warschow-Sammelstiftung in Greifswald <i>Oskar Böhm</i>